



CONSILIUL MUNICIPAL CHIȘINĂU

DECIZIE

nr. _____

din _____

Cu privire la aprobarea Strategiei
de dezvoltare a comerțului interior
în municipiul Chișinău „Comerț – 2030”

Pentru executarea prevederilor Legii nr. 231 din 23.09.2010 cu privire la comerțul interior, având în vedere importanța comerțului pentru dezvoltarea socio-economică a municipiului Chișinău, în scopul stabilirii direcțiilor prioritare în dezvoltarea comerțului cu mărfuri și servicii care vor contribui la îmbunătățirea infrastructurii comerciale în municipiu, modernizarea formelor de distribuție/ comercializare a produselor /serviciilor plasate pe piață, satisfacerea necesităților consumatorilor și implementarea celor mai bune practici internaționale, în temeiul art. 14, art. 19 (4) și art. 20 (5) din Legea nr. 436 /2006 privind administrația publică locală” și Legea nr. 136/2016 privind statutul municipiului Chișinău, Consiliul Municipal Chișinău DECIDE:

1. Se aprobă:

1.1. Strategia de dezvoltare a comerțului interior în municipiul Chișinău pentru perioada 2024 – 2030 „Comerț – 2030”, conform anexei nr. 1;

1.2. Planul de acțiuni pentru implementarea Strategiei de dezvoltare a comerțului interior al mun. Chișinău „Comerț – 2030”, conform anexei nr. 2.

2. Se recomandă consiliilor locale/ primarilor, după caz, să coreleze strategiile locale cu prezenta Strategie și să asigure realizarea acesteia în domeniile care vizează problemele de interes comun din unitățile administrativ-teritoriale respective.

3. Direcția generală economie, comerț și turism, de comun cu preturile de sector, direcțiile generale, direcțiile, serviciile și întreprinderile municipale indicate în Planul de acțiuni pentru implementarea Strategiei, vor întreprinde măsurile ce se impun în vederea realizării acțiunilor stabilite.

4. Direcția relații publice și buget civil va asigura mediatizarea prezentei decizii.

5. Primarul General al municipiului Chișinău, dl Ion Ceban, va asigura controlul executării prevederilor prezentei decizii.

PREȘEDINTE DE ȘEDINȚĂ

SECRETAR INTERIMAR
AL CONSILIULUI

Adrian TALMACI

Notă informativă

la proiectul de decizie Cu privire la aprobarea Strategiei de dezvoltare a comerțului interior în municipiul Chișinău „Comerț – 2030”

1. Denumirea autorului și, după caz, a participanților la elaborarea proiectului
Direcția generală economie, comerț și turism a Consiliului municipal Chișinău
2. Condițiile ce au impus elaborarea proiectului de act normativ și finalitățile urmărite
<p>În conformitate cu prevederile art. 6 din Legea nr. 231/2010 cu privire la comerțul interior, activitățile de comerț desfășurate în teritoriu sunt administrate și coordonate de autoritățile administrației publice locale conform reglementărilor naționale în vigoare. Atribuțiile autorităților administrației publice locale în domeniul comerțului asigură implementarea politicii de stat în domeniul comerțului în teritoriu în limita competențelor funcționale, elaborează și implementează programele de dezvoltare a comerțului în teritoriul respectiv.</p> <p>Astfel, întru definitivarea obiectivelor strategice și direcțiilor principale de acțiune pentru anii 2015 – 2020, prin decizia nr. 3/13 din 19.05.2015, Consiliul municipal Chișinău a aprobat Strategia de dezvoltare a comerțului interior în municipiul Chișinău pentru perioada respectivă.</p> <p>Drept urmare, având în vedere importanța comerțului pentru dezvoltarea socio-economică a municipiului Chișinău, în scopul stabilirii direcțiilor prioritare în dezvoltarea comerțului cu mărfuri și servicii care vor contribui la îmbunătățirea infrastructurii comerciale în municipiu, modernizarea formelor de distribuție/ comercializare a produselor /serviciilor plasate pe piață, satisfacerea necesităților consumatorilor și implementarea celor mai bune practici internaționale, a fost elaborată Strategia de dezvoltare a comerțului interior în municipiul Chișinău „Comerț – 2030”, pentru perioada anilor 2024 – 2030.</p> <p>Impactul estimat al implementării Strategiei de dezvoltare a comerțului interior în municipiul Chișinău „Comerț – 2030”:</p> <ul style="list-style-type: none">- perfecționarea reglementărilor în domeniul comerțului interior în corelare cu legislația națională și practicile internaționale;- optimizarea serviciilor publice în domeniul comerțului interior;- sporirea gradului de informare a antreprenorilor privind regulile de comerț interior;- consolidarea capacităților instituționale a autorității publice locale;- dezvoltarea dialogului public-privat în domeniul comerțului interior;- modernizarea infrastructurii piețelor;- dezvoltarea procedurilor de gestionare a comerțului stradal;- facilitarea dezvoltării comerțului electronic;- contribuirea la dezvoltarea capacităților profesionale ale comercianților;- dezvoltarea instrumentelor de atragere a producătorilor locali în piețe, târguri și iarmaroace;- încurajarea consumului de produse locale;- contribuirea la dezvoltarea durabilă, economia circulară verde, prevenirea pierderii risipitei alimentare.
3. Descrierea gradului de compatibilitate pentru proiectele care au ca scop armonizarea legislației naționale cu legislația Uniunii Europene
-
4. Principalele prevederi ale proiectului și evidențierea elementelor noi
<p>Prin decizia dată se propune aprobarea Strategiei de dezvoltare a comerțului interior în municipiul Chișinău „Comerț – 2030”, pentru anii 2024 – 2030 și Planul de acțiuni pentru implementarea Strategiei prenotate.</p> <p>Strategia descrie situația actuală în domeniu, viziunea, principiile, obiectivele strategice și acțiunile necesare pentru modernizarea și dezvoltarea continuă a cadrului instituțional și a regulilor de comerț interior în municipiul Chișinău.</p> <p>Elaborarea prezentei Strategii a fost anticipată de evaluarea realizării acțiunilor prevăzute de Strategia de dezvoltare a comerțului interior în municipiul Chișinău pentru anii 2015-2020, de efectuarea unei analize complexe privind situația actuală a pieței interne de consum, desfășurarea sondajului și interviurilor cu părțile implicate, precum comercianții, consumatorii, autoritățile publice relevante, precum și de studierea unor practici ale orașelor din alte state europene.</p> <p>La elaborarea Strategiei s-a ținut cont de prevederile altor documente de politici la nivel național, dar și cel municipal, inclusiv cele la etapa de elaborare și promovare, implicit: Strategia de dezvoltare teritorială a municipiului Chișinău, Planul de amenajare; Strategia pentru dezvoltarea durabilă socio-</p>

economică a spațiului urban: Etapa I – analiza completă în contextul dezvoltării teritoriului; Strategia de dezvoltare socio-economică și spațială durabilă; Etapa II - justificarea tehnică și conceptul planului regional de amenajare a teritoriului a municipiului Chișinău; Conceptul privind desfășurarea comerțului ambulant stradal în mun. Chișinău, alte acte normative ale APL.

Elaborarea prezentei strategii a fost fundamentată pe rezultatele unui sondaj extins ”Sondajul privind organizarea comerțului interior în mun. Chișinău”, care a implicat o gamă largă de actori din sectorul de comerț, inclusiv comercianți și consumatori, asigurând astfel că strategia reflectă nevoile reale și perspectivele multiple ale pieței interne a municipiului. Utilizarea acestor date empirice conferă strategiei o bază solidă și orientată spre realitățile de pe teren, pentru a răspunde în mod eficient și concret realităților și provocărilor pieței locale, asigurându-se astfel că obiectivele și acțiunile propuse sunt bine fundamentate și orientate către îmbunătățirea și modernizarea comerțului interior în mun. Chișinău.

În procesul de elaborare a Strategiei au fost pe larg consultați și implicați părțile interesate din sectorul privat, agenții economici și asociațiile profesionale, opiniile cărora au fost luate în considerare pentru a asigura sinergia eforturilor sectorului public și cel privat, în beneficiul consumătorilor și al societății în general.

La elaborarea Strategiei a fost efectuată analiza SWOT a situației în domeniul comerțului interior, fiind evidențiate:

• **Punctele forte:**

- Cadrul normativ care reglementează inițierea și desfășurarea activităților din comerț interior actualizat.
- Sistemul informațional operațional în domeniul comerțului interior.
- Dezvoltarea și extinderea infrastructurii rețelelor de unități de comerț.
- Reforma patentei de întreprinzător.
- Implementarea procedurilor de licitații privind amplasarea unităților de comerț.
- Documente strategice municipale care contribuie la dezvoltarea comerțului interior (Strategia de dezvoltare socio-economică și spațială durabilă; Strategia de dezvoltare durabilă a Capitalei: ”Chișinău - Oraș Verde - Planificare Strategică a municipiului Chișinău”; Strategia de dezvoltare a turismului pentru perioada 2022-2026 „Chișinău – capitală turistică” etc Strategia Turism, etc).

• **Oportunitățile:**

- Perfecționarea cadrului legal și armonizarea cu reglementările UE
- Interconectarea Sistemul Informatic SIA GIAP cu alte sisteme și resurse informaționale ale autorităților publice cu atribuții în domeniul comerțului (Cadastru, Fisc, CSP, ANSA, etc), prestarea serviciilor publice calitative;
- Stimularea producătorilor autohtoni în vederea promovării produselor autohtone pe piața internă de consum.
- Creșterea numărului de participanți la comerțul electronic.
- Oportunitatea atragerii partenerilor internaționali pentru implementarea proiectelor de asistență externă.
- Dezvoltarea și aprofundarea relațiilor cu APL din orașe europene și alte state.
- Dezvoltarea și consolidarea dialogului public-privat cu reprezentanții mediului de afaceri.
- Dezvoltarea turismului în mun. Chișinău ceea ce creează noi oportunități pentru comerț prin creșterea cererii de produse și servicii.

• **Punctele slabe:**

- Lipsa analizei comparative a regulilor de comerț local cu practicile orașelor europene și din alte state;
- Lipsa mecanismelor de perfecționare profesională a angajaților din comerț interior;
- Infrastructura piețelor slab dezvoltată;
- Nivelul scăzut de conlucrare cu autoritățile publice centrale;
- Imperfecțiunea sistemului informațional SIA GEAP în domeniul notificărilor în comerț;
- Ineficiența mecanismelor legale de prevenire a comerțului neautorizat stradal;
- Autoritățile locale nu dețin competențe necesare pentru asigurarea verificării respectării regulilor de comerț de către comercianți și prevenirea comerțului neautorizat stradal;
- Insuficiența instrumentelor eficiente de susținere și promovare a producătorilor autohtoni;

- Implicarea insuficientă a mediului privat în proces de elaborare și consultare a reglementărilor în domeniul comerțului interior;

• **Amenințările:**

- Respingerea propunerilor și inițiativelor legislative ale APL de către autoritățile publice centrale;
- Agravarea crizei economice, financiare la nivel de țară și regiune;
- Economia tenebră și traficul ilicit de mărfuri;
- Existența concurenței neloiale pe unele segmente de piață;
- Evoluțiile politice;
- Corupția și birocrăția;

Pentru asigurarea implementării Strategiei de dezvoltare a comerțului interior în municipiul Chișinău „Comerț – 2030” sunt stabilite obiective strategice, obiective specifice, acțiuni, sub acțiuni, indicatori de performanță, termeni de realizare, responsabili, precum și sunt estimate riscurile asociate.

De asemenea, Strategia prevede mecanismul de monitorizare, evaluare și raportare a implementării acesteia.

În scopul asigurării impactului scontat, pe durata implementării Strategiei, **urmează a fi aplicate proceduri de raportare și evaluare a impactului**, și după caz propuse intervenții necesare pentru atingerea obiectivelor.

Monitorizarea anuală va fie asigurată de DGECT în baza informațiilor și indicatorilor de performanță colectați de la persoane responsabile pentru implementarea acțiunilor conform planului de implementare a Strategiei.

Alt mecanism eficient de monitorizare cu implicarea sectorului privat este Platforma de dialog public-privat în domeniul comerțului interior, care va fi creată conform Planului de acțiuni.

Unul din subiecte pe agenda acestei platforme va fi monitorizarea impactului Strategiei asupra mediului de afaceri și în acest sens, autoritățile locale și mediului de afaceri, asociațiile de business vor putea discuta rezultatele preliminare și propune, la necesitate, unele măsuri de ajustare. Acest dialog va asigura implicarea sectorului privat și asociațiilor de business în proces de realizare a Strategiei într-un mediu transparent și pro activ.

La finalizarea implementării Strategiei, va fi elaborat un raport final de evaluare cu contribuții din partea principalelor părți interesate de implementare.

Sinteza rapoartelor anuale de implementare va fi publicate pe site-ul Primăriei. Totodată, Primăria va asigura în mod continuu promovarea procesului de implementare a Strategiei, pentru informarea locuitorilor municipiului și a partenerilor de dezvoltare.

5. Fundamentarea economico-financiară

Strategia de dezvoltare a comerțului interior în municipiul Chișinău „Comerț – 2030” a fost realizată de către experții din cadrul Camerei de Comerț și Industrie a Republicii Moldova, în baza contractului de achiziții a serviciilor încheiat cu DGECT (urmare a atribuirii contractului în cadrul unei proceduri de achiziții publice organizate în conformitate cu prevederile legislației, cu acoperirea cheltuielilor de către DGECT, în limitele bugetului pentru anul 2023), cu suportul informațional și consultativ al specialiștilor din cadrul DGECT și altor subdiviziuni ale APL Chișinău.

Implementarea Strategiei urmează a fi realizată în limitele bugetelor aprobate a subdiviziunilor responsabile precum și prin atragerea de fonduri de la partenerii de dezvoltare.

6. Modul de încorporare a actului în cadrul normativ în vigoare

Strategie elaborată conform prevederilor art. 6 din Legea nr. 231/2010 cu privire la comerțul interior, în temeiul art. 14, art. 19 (4) și art. 20 (5) din Legea nr. 436 /2006 privind administrația publică locală” și Legea nr. 136/2016 privind statutul municipiului Chișinău.

7. Avizarea și consultarea publică a proiectului

La elaborarea Strategiei s-a ținut cont de prevederile legislației privind transparența în procesul decizional, fiind elaborat și publicat în modul stabilit anunțul de intenție.

Au fost elaborate și publicate 2 sondaje privind organizarea comerțului interior în mun. Chișinău, prin intermediul cărora au fost chestionați consumatorii și mediul de afaceri.

De către CCI au fost organizate întruniri și ședințe de lucru cu părțile interesate.

Proiectul Strategiei a fost supus la 5 runde de discuții publice în cadrul preturilor de sector, cu publicarea anunțului în acest sens pe pagina web a DGECT, PMC, preturilor de sector , CCI a RM. Sinteza Propunerilor se anexează.

Proiectul de decizie cu anexele respective a fost supus consultărilor publice în conformitate cu prevederile legislației privind transparența în procesul decizional, pe pagina web a DGECT, PMC și pe portalul www.particip.gov.md. Nu au parvenit propuneri.

Proiectul de decizie final a fost avizat, în modul stabilit în comisiile de specialitate ale CMC și se prezintă spre aprobarea CMC.

8. Constatările expertizei anticorupție

Potrivit prevederilor pct.7 din Regulamentul cu privire la planificarea, elaborarea, aprobarea, implementarea, monitorizarea și evaluarea documentelor de politici publice, aprobat prin H.G.nr.386/2020, Strategiile sunt documente de politici publice. Conform art.35 alin.5 din Legea nr.100/2017 expertiza anticorupție se proiectelor actelor normative ale AAPL este efectuată de către autori, în conformitate cu Metodologia de efectuare a expertizei anticorupție.

Totodată, potrivit pct.2, lit.a) din Metodologia respectivă, documentele de politici nu se supun expertizei anticorupție.

9. Constatările expertizei de compatibilitate

-

10. Constatările expertizei juridice

Document supus în modul stabilit expertizei juridice.

11. Constatările altor expertize

Șef al Direcției generale economie,
comerț și turism a CMC



Roman VITIUC

Anexa nr. 1
la decizia Consiliului Municipal Chișinău
nr. _____ din _____

STRATEGIA
de dezvoltare a comerțului interior
în municipiul Chișinău
„COMERȚ-2030”

strategia
COMERȚ-2030

2024

CUPRINS

	Introducere.....	2
I.	Comerțul interior în mun. Chișinău în cifre.	5
	a) Tendințele comerțului interior la nivel național și municipal.....	5
	b) Structura comerțului de bunuri.	7
	c) Infrastructura comerțului în municipiul Chișinău.	8
	d) Activitatea piețelor comerciale	11
	e) Comerțul ambulant stradal.....	16
	f) Comerț cu servicii.	18
	g) Unitățile de alimentație publică	19
II.	Analiza situației și factorilor care au impact asupra comerțului interior local municipal	20
	1) Cadrul normativ privind comerțul interior.....	20
	2) Capacitățile instituționale ale autorității publice locale.....	21
	3) Calificarea profesională a persoanelor antrenate în activitățile din comerț.....	24
	4) Protecția drepturilor consumatorilor.....	28
	5) Activitatea piețelor, târgurilor și iarmaroacelor	30
	6) Managementul deșeurilor în activitatea de comerț în mun. Chișinău.	33
	7) Comerțul electronic.	34
	8) Dialog public-privat la nivel local.	36
	9) Analiza SWOT	38
III.	Percepțiile și așteptările părților interesate	40
IV.	Practici internaționale în domeniul reglementării comerțului interior.	43
V.	Viziunea și obiective strategice	48
VI.	Detalierea obiectivelor pe domenii și acțiunile de implementare.....	49
VII.	Monitorizarea implementării Strategiei.....	55
	a) Riscuri în procesul de implementare	55
	b) Mecanisme de monitorizare, evaluare și raportare.....	56

Introducere

Strategia de dezvoltare a comerțului interior în municipiul Chișinău „Comerț - 2030” este elaborată în scopul stabilirii direcțiilor prioritare de dezvoltare a comerțului cu mărfuri și servicii, care vor contribui la îmbunătățirea infrastructurii comerciale în municipiu, modernizarea formelor de distribuție/comercializare a produselor/serviciilor plasate pe piață, satisfacerea necesităților consumatorilor și implementarea celor mai bune practici internaționale.

Strategia descrie situația actuală în domeniu, viziunea, principiile, obiectivele strategice și acțiunile necesare pentru modernizarea și dezvoltarea continuă a cadrului instituțional și a regulilor de comerț interior în municipiul Chișinău.

Elaborarea prezentei Strategii a fost anticipată de evaluarea realizării acțiunilor prevăzute de Strategia de dezvoltare a comerțului interior în municipiul Chișinău pentru anii 2015-2020, de efectuarea unei analize complexe privind situația actuală a pieței interne de consum, desfășurarea *sondajului* și interviurilor cu părțile implicate, precum comercianții, consumatorii, autoritățile publice relevante, precum și de studierea unor practici ale orașelor din alte state europene.

La elaborarea Strategiei s-a ținut cont de prevederile altor documente de politici la nivel național, dar și cel municipal, inclusiv cele la etapa de elaborare și promovare, implicit: Strategia de dezvoltare teritorială a municipiului Chișinău, Planul de amenajare; Strategia pentru dezvoltarea durabilă socio-economică a spațiului urban: Etapa I – analiza completă în contextul dezvoltării teritoriului; Strategia de dezvoltare socio-economică și spațială durabilă; Etapa II - justificarea tehnică și conceptul planului regional de amenajare a teritoriului a municipiului Chișinău; Conceptul privind desfășurarea comerțului ambulant stradal în mun. Chișinău, alte acte normative ale APL.

În proces de elaborare a Strategiei au fost pe larg consultate și implicate părțile interesate din sectorul privat, agenții economici și asociațiile profesionale, opiniile cărora au fost luate în considerare pentru a asigura sinergia eforturilor sectorului public și cel privat, în beneficiul consumatorilor și al societății în general.

De-a lungul anilor s-au depus eforturi pentru a îmbunătăți și moderniza sectorul, iar autoritățile locale și instituțiile relevante depun efort pentru a crea un mediu favorabil pentru afaceri și a stimula dezvoltarea sectorului comercial, pentru a corespunde așteptărilor consumatorilor finali (persoanele sau organizațiile care achiziționează și utilizează produsele sau serviciile), care reprezintă cea mai importantă componentă a lanțului de aprovizionare.

În 2015, Consiliul Municipal Chișinău a aprobat Strategia de dezvoltare a comerțului interior în mun. Chișinău pentru anii 2015-2020 (Decizia nr. 3/13 din 19.05.2015), ca principalul document de politici pe termen mediu ce trasează direcțiile prioritare în dezvoltarea și orientarea socială a comerțului interior, și are drept scop asigurarea consumatorilor cu necesarul de produse și servicii competitive, prin crearea unui sistem eficient de comercializare a acestora.

Strategia a inclus și un Plan de management al implementării Strategiei de dezvoltare a comerțului interior în mun. Chișinău pentru anii 2015-2020, care prevede 5 obiective strategice, după cum urmează:

- 1 **Perfecționarea cadrului normativ și instituțional de reglementare a activităților de comerț.**
- 2 **Sporirea competitivității produselor/serviciilor plasate pe piața.**
- 3 **Îmbunătățirea infrastructurii comerciale în teritoriu.**
- 4 **Modernizarea formelor de distribuire și comercializare a produselor/serviciilor.**
- 5 **Asigurarea comerțului cu forța de muncă calificată și în permanentă perfecționare.**

Majoritatea acțiunilor propuse în acest plan au fost realizate, fiind asigurată dezvoltarea cadrului normativ și a celui instituțional de reglementare a comerțului interior din municipiu. Luând în considerare schimbările care s-au produs în acești 5 ani în economie și societate, precum și fenomenele asociate progresului tehnologic și digitalizării, unele acțiuni și-au pierdut din actualitate, iar insuficiența resurselor financiare a fost factorul care a influențat realizarea altor activități ce necesită investiții majore.

În acei cinci ani, subdiviziunile Primăriei au elaborat mai multe acte normative municipale, printre care Regulamentul de desfășurare a activității de comerț în municipiul Chișinău, aprobat inițial la 09.10 2017 și, în redacție nouă, prin Decizia Consiliului Municipal nr. 17/5 din 01.10 2020, și au venit cu mai multe propuneri de ajustare a cadrului normativ național relevant, inclusiv pentru modificarea Codului contravențional al RM, în vederea atribuirii calității de agent constator al APL responsabil de monitorizarea respectării regulilor de comercializare a produselor și serviciilor și de funcționare a comercianților.

A fost modificat radical mecanismul de reglementare a activității comerciale prin introducerea notificărilor privind inițierea activității de comerț și modernizarea sistemului informațional. Astfel, depunerea notificărilor a deveni posibilă și în regim online, prin intermediul portalului guvernamental unic al serviciilor publice <https://servicii.gov.md> sau a ghișeului unic pentru gestionarea actelor permissive (SIA GEAP, <https://actpermisiv.gov.md>).

În suportul antreprenorilor a fost elaborat și publicat online Ghidul electronic al comerciantului, care explică procesul de utilizare a portalului electronic. Pentru implementarea acestei practici, Primăriei Municipiului Chișinău i-a fost decernat premiul special la secțiunea Servicii publice de calitate, mai aproape de cetățeni, în cadrul Programului bunelor practici ale Autorităților Publice Locale 2016-2017). Un alt instrument online dezvoltat este harta interactivă a rețelei de comerț ambulant stradal municipal www.gherete.chisinau.md.

În scopul promovării producătorilor autohtoni, au fost lansate și se organizează regulat iarmaroace și târguri în diferite sectoare ale municipiului, precum și în cadrul sărbătorilor naționale. Totodată, pentru îmbunătățirea condițiilor de desfășurare a acestor măsuri rămâne actuală acțiunea din plan care a prevăzut efectuarea unui studiu tematic și preluarea bunelor practici europene.

Pentru protecția consumatorilor, autoritățile locale și-au propus să informeze pe larg cetățenii privind pericolul mărfurilor contrafăcute, și în acest sens au fost utilizate diferite instrumente de comunicare (panouri informative, anunțuri la radio etc.), care pe viitor se propun a fi transformate într-o campanie de informare mai amplă, ce poate fi organizată în parteneriat cu organele de stat responsabile.

Realizări importante s-au produs în domeniul reglementării comerțului stradal, care s-au reflectat în Conceptul privind desfășurarea comerțului ambulant stradal în mun.Chișinău, aprobat prin Decizia CMC nr 12/1 din 23.07.2020. Pentru realizarea acestuia a fost aprobat Regulamentul privind licitațiile cu strigare pentru obținerea dreptului de a încheia un contract privind amplasarea unității de comerț ambulant stradal pe teritoriul mun.Chișinău, aprobat prin decizia CMC nr 17/6 din 01.10.2020.

Elaborarea Regulamentului privind licitațiile cu strigare a fost condiționată de necesitatea organizării comerțului ambulant într-o formă ordonată și corectă cu respectarea normelor de urbanism, dezvoltarea teritoriului și asigurarea rigorilor aspectuale, precum și asigurarea cerințelor de siguranță alimentară, sanitară, sanitar-veterinară, precum și protecția consumatorilor.

Începând cu luna decembrie a anului 2020 până în luna iulie 2023, în cadrul celor 33 de licitații au fost adjudecate 211 de loturi, în valoare totală de 146.280.153,00 lei. În această ordine de idei, este important să evidențiem că desfășurarea licitațiilor cu strigare asigură condiții și posibilități egale pentru toți participanții, acumularea veniturilor în bugetul local, valorificarea potențialului economic a patrimoniului municipal, precum și organizarea unui comerț ambulant modern și transparent.

În ultimii 4 ani segmentul comerțului cu mărfuri și servicii a fost influențat de doi factori externi de nivel mondial și regional – pandemia și securitate în regiune.

Pandemia COVID-19 a avut un impact semnificativ asupra comerțului interior în Republica Moldova, la fel cum s-a întâmplat și în multe alte țări din întreaga lume. Măsurile de lockdown impuse pentru a limita răspândirea infecției au avut un impact negativ asupra economiei în general și asupra sectorului comerțului, în special. În timpul primului val al pandemiei, multe afaceri au fost închise temporar sau și-au restrâns activitatea pentru a se conforma restricțiilor impuse. Magazinele de non-alimentare, precum cele de îmbrăcăminte, electrocasnice sau electronice, au fost închise pentru o perioadă, iar magazinele alimentare au fost supuse unor restricții stricte, inclusiv cu privire la numărul de clienți care puteau intra în magazin și la respectarea regulilor de distanțare socială.

Ca urmare a acestor măsuri, multe afaceri s-au confruntat cu scăderea drastică a vânzărilor și au fost nevoite să își închidă ușile. Aceasta a avut un impact semnificativ asupra angajaților din sectorul comerțului cu servicii, cu mulți oameni rămânând fără locuri de muncă sau fiind puși în șomaj tehnic.

Totodată, comerțul online a câștigat o importanță semnificativă pe parcursul pandemiei. Multe afaceri și-au adaptat modelul de afaceri și au investit în platforme de comerț electronic pentru a rămâne în contact cu clienții și pentru a-și menține veniturile. Acest lucru a avut un impact asupra comportamentului de consum, cu un număr tot mai mare de oameni care au început să cumpere produse și servicii online.

De asemenea, pandemia a amplificat și nevoia de digitalizare în sectorul comerțului din Republica Moldova. Multe afaceri au fost nevoite să-și dezvolte capacitățile de vânzare online, de livrare la domiciliu și de plata electronică pentru a se adapta la noile cerințe ale pieței.

Ținând cont de faptul că anul 2020 a fost un an pandemic, în care autoritățile au impus restricții în activitatea unităților de alimentație publică, tot mai solicitate au devenit serviciile complementare de alimentație publică „livrare la pachet” și „livrare la domiciliu”. Astfel, agenții economici care prestează servicii de alimentație publică s-au concentrat pe livrări și pe comenzi la pachet prin intermediul platformelor proprii sau al parteneriatelor cu platforme digitale sau de crearea de meniuri speciale pentru anumite ocazii (servicii catering) care sunt actuale și la moment.

Alt factor importat este inflația care a devenit principala problemă economică și socială a anului 2022 și 2023, atât pentru Republica Moldova, cât și pentru economia globală, pe fundalul creșterii prețurilor internaționale la produsele alimentare și resursele energetice.

O altă dimensiune importantă a activității de întreprinzător, inclusiv în sfera comerțului, care a fost modificată esențial constituie activitatea prestată de către deținătorii de patente de întreprinzător.

Patenta de întreprinzător (patenta) a fost introdusă în legislație în anul 1998 pentru a reduce impactul negativ al transformărilor economice din prima decadă post-independență asupra persoanelor fizice-antreprenori neînregistrați. Potrivit informației Inspectoratului Fiscal Principal de Stat, la finele anului 2022, 4858 deținători de patentă activau în domeniul comerțului. Marea majoritate din acestea (97%) țin de comerțul cu amănuntul la tarabe, teșghele, tonete, în chioșcuri (gherete), pavilioane și din autovehicule. Începând cu 1 iulie 2023, activitatea în bază de patentă este înlocuită cu un regim fiscal simplificat - activitatea independentă.

Drept urmare a analizei situației în domeniu, au fost formulate obiective strategice și operaționale care vor contribui la atingerea viziunii Strategiei și, anume, dezvoltării municipiului Chișinău ca o capitală modernă care oferă un climat de afaceri atractiv și favorabil dezvoltării comerțului interior, gestionat de administrația transparentă ce răspunde rapid și eficient nevoilor consumatorilor și mediului de afaceri în conformitate cu cele mai avansate standarde și practici internaționale.

Nota Bene: Este important de subliniat că elaborarea prezentei strategii a fost fundamentată pe rezultatele unui sondaj extins „Sondajul privind organizarea comerțului interior în mun. Chișinău”, care a implicat o gamă largă de actori din sectorul de comerț, inclusiv comercianți și consumatori, asigurând astfel că strategia reflectă nevoile reale și perspectivele multiple ale pieței interne a municipiului. Utilizarea acestor date empirice conferă strategiei o bază solidă și orientată spre realitățile de pe teren, pentru a răspunde în mod eficient și concret realităților și provocărilor pieței locale, asigurându-se astfel că obiectivele și acțiunile propuse sunt bine fundamentate și orientate către îmbunătățirea și modernizarea comerțului interior în mun. Chișinău. Pe tot parcursul Strategiei, termenul „Sondaj” se referă la rezultatele obținute din analiza „Sondajului privind organizarea comerțului interior în municipiul Chișinău”.

I. Comerțul interior în mun. Chișinău în cifre.

a) Tendințele comerțului interior la nivel național și municipal.

Pentru a prezenta situația actuală a comerțului în municipiul Chișinău, s-au analizat date statistice și indicatori calitativi, care în ansamblu oferă o imagine generală a sectorului și informații pertinente despre tendințele care pot apărea în viitor. Analiza s-a realizat prin prisma unor indicatori, cum ar fi: numărul și ponderea întreprinderilor din comerț în totalul întreprinderilor existente, numărul și ponderea populației active ocupate în această sferă, contribuția comerțului la crearea Produsului Intern Brut (PIB), volumul vânzărilor etc., rezultați din datele statistice oficiale. Caracteristicile calitative sunt aprecieri legate de percepțiile față de acest sector de activitate. Totodată, se reflectă și ponderea municipiului Chișinău în comerț la nivel național.

Cu toate că piața Republicii Moldova este una mică, iar puterea de cumpărare a populației redusă, rețeaua de comerț din mun. Chișinău este în proces de dezvoltare, fiind modernizată, orientată pe acordarea unei game de servicii mai variate consumatorilor.

La nivel național, pe parcursul anului 2022, din numărul total de 60,3 mii de agenți economici activi la 1 ianuarie 2022, circa 35% (21,2 mii) practică activități comerciale, o pondere considerabilă comparativ cu celelalte sectoare ale economiei naționale. Respectiv, în sectorul comerțului cu ridicata și cu amănuntul și activități de cazare și alimentație publică sunt antrenați 18% din populația ocupată.

Analiza structurii activității economice a municipiului, (Figura 1) denotă că pentru Chișinău, sectorul prestării serviciilor, în special în comerțul cu ridicata și amănuntul este de o importanță majoră, deținând 37 la sută din numărul agenților economici, 26 la sută din forța de muncă ocupată și 51% din cifra de afaceri.

În municipiul Chișinău în comerțul interior sunt antrenați 12,8 mii agenți economici asigurând sectorului o pondere de 35 la sută din totalul întreprinderilor. Aceste întreprinderi asigură cu locuri de muncă 27% din angajații municipiului Chișinău și generează 52% din cifra de afaceri (182,1 milrd lei).

În ultimii ani, factorii externi precum restricții în legătura cu situația pandemică, presiunile inflaționiste și situația de securitate din regiune au influențat semnificativ activitatea economică.

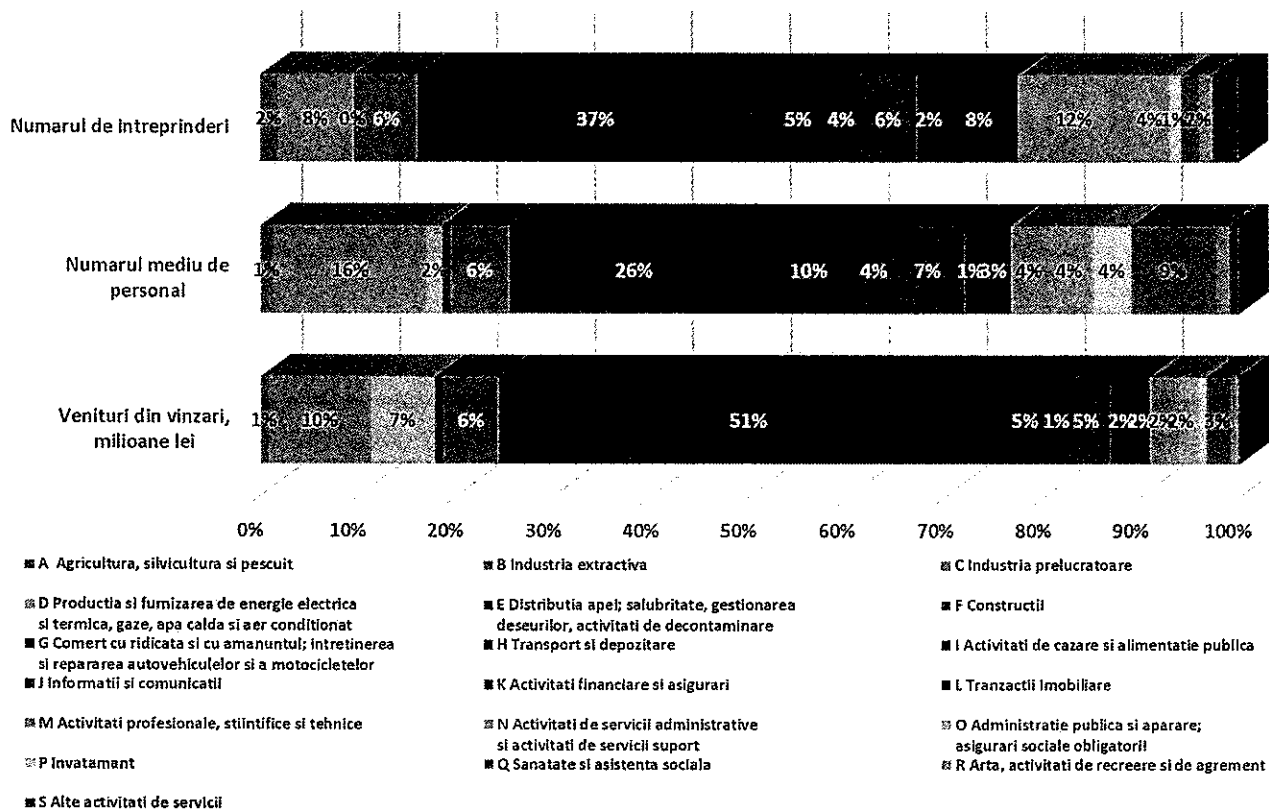
În anul 2022 produsul intern brut (PIB) al țării s-a diminuat cu 5,9% față de anul 2011.

Pe partea de utilizări, diminuarea PIB a fost influențată în cea mai mare parte de impactul negativ generat de consum, care s-a diminuat cu 2,6% și de investiții care au marcat o scădere cu 7%.

Totodată, comerțul interior a înregistrat o creștere și valoarea adăugată brută a acestuia a crescut în anul 2022 cu 1,4% față de anul precedent. În același timp, s-a majorat în raport cu anul 2021 cifra de afaceri din comerțul cu ridicata în prețuri curente (cu 25,9%) și cifra de afaceri pentru serviciile de piață prestate populației (cu 10,4%).

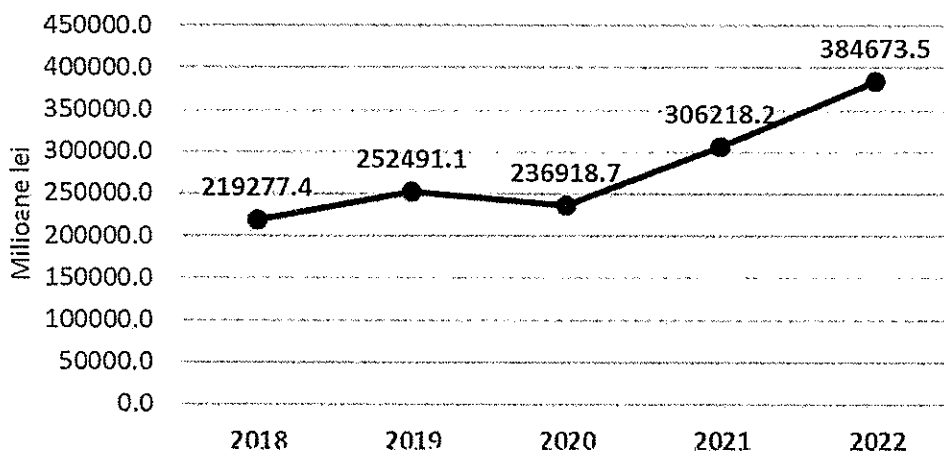
Prin urmare, în medie, volumul total al vânzărilor în sectorul comerțului cu ridicata și cu amănuntul, și serviciilor de piață prestate populației și întreprinderilor la nivel național, a continuat tendința de creștere, cu un spor anual de circa 15-17% (Figura 2), cu excepția anului pandemic 2020 marcat printr-un ritm mai scăzut al vânzărilor comparativ cu anul 2019 urmare aplicării restricțiilor. O încetinire ușoară a ritmului de creștere este observat și în anul 2022 ca urmare a dificultăților de logistică generate de situația de securitate din regiune.

Figura 1 : Structura economică a mun. Chișinău – media anilor 2017-2021



Sursa: Biroul Național de Statistică (BNS) Notă: litera dinaintea numelui industriei arată codul CAEM-2 corespunzător

Figura 2: Ritmul de creștere a vânzărilor în comerțul cu ridicata și cu amănuntul și a serviciilor de piață prestate în perioada anilor 2019-2022



Sursa: Biroul Național de Statistică

Prin urmare, cifra de afaceri din comerțul cu amănuntul (cu excepția comerțului cu autovehicule și motociclete) s-a micșorat în anul 2022 cu 1,8% (în prețuri comparabile) față de anul 2021, însă valoric (în termeni nominali) a crescut cu 23%, fapt ce atestă că populația a consumat în anul 2022 cantitativ mai puține bunuri, dar valoric a achitat mai mult comparativ cu anul 2021.

Sporirea volumului investițiilor în sectorul comerțului reprezintă un criteriu semnificativ, iar în funcție de acesta se preconizează a se realiza modernizarea bazei tehnico-materiale a comerțului, consolidarea potențialului existent, perfecționarea tehnologiilor, îmbunătățirea calității serviciilor etc.

Analiza datelor privind investițiile în economie în anul 2022 denotă că sfera comerțului se situează pe locul doi după sectorul administrației publice și apărare, asigurări sociale obligatorii cu o pondere de circa 15,6% din volumul total al investițiilor.

Conform datelor oficiale, investițiile în activele imobilizate (bunurile și valorile cu o durată de utilizare mai mare de un an și care nu se consumă la prima utilizare) în comerț au sporit în anul 2022 cu 18% față de anul 2021.

b) Structura comerțului de bunuri.

Circa 31% în structura comerțului de bunuri revin produselor alimentare, băuturilor și tutunului, 28% - carburanților iar 16% - produselor casnice (Figura 3).

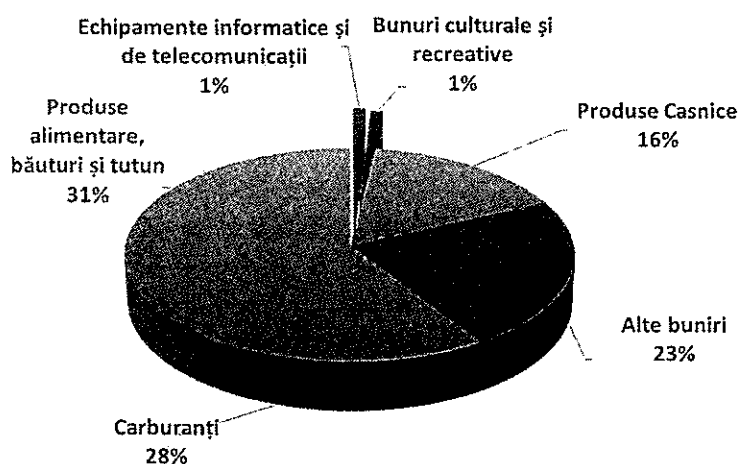


Figura 3: Structura comerțului interior de bunuri (comerțul cu amănuntul) în anul 2022.

Sursa: Biroul Național de Statistică

În structura comerțului cu ridicata cea mai mare pondere în volumul total revine comerțului cu ridicata specializat al altor produse - 38%; produselor alimentare, băuturilor și tutunului - 20% și produselor agricole brute și al animalelor vii - 14% (Figura 4). Cu toate acestea, în comerțul de bunuri cu ridicata în anul 2022 a fost atestată micșorarea cererii la produsele agricole brute și animale vii cu 11%, la produse alimentare, băuturi și tutun cu 13% și la bunuri de consum cu 24%. Creșterea cifrei de afaceri se datorează în mare parte comerțului cu echipamente informatice și telecomunicații, care s-a majorat în anul 2022 cu 29,4% (în termeni reali).

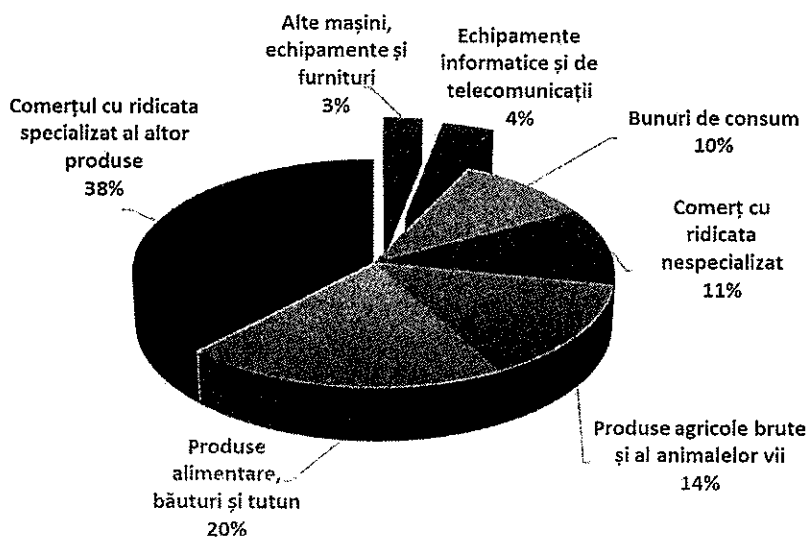


Figura 4: Structura comerțului cu ridicata în anul 2022

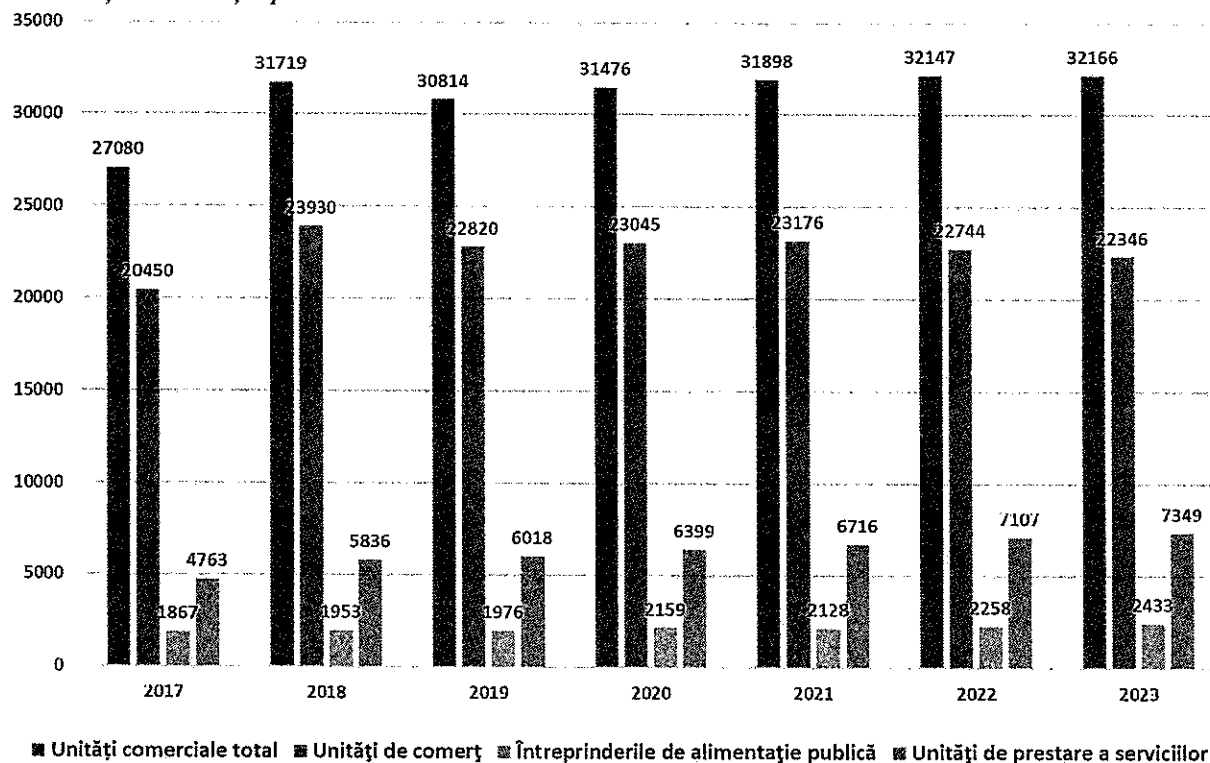
Sursa: Biroul Național de Statistică

c) Infrastructura comerțului în municipiul Chișinău.

Municipiul Chișinău, ca capitala, cel mai mare oraș și centrul economic al Republicii Moldova, găzduiește o varietate de afaceri și unități comerciale. Acestea includ magazine (inclusiv centre comerciale, supermagazine, magazine specializate, de fabrică, mixte, piețe etc), unități de alimentație publică, de agrement, unități de prestări servicii, unități de comerț ambulant.

Evoluția unităților comerciale de-a lungul anilor indică o dinamică ciclică cu creștere semnificativă în anul 2018, după care creșterea numărului acestora încetinește și devine constantă pe parcursul ultimilor 5 ani.

Figura 5: Evoluția rețelei unităților comerciale și de prestări servicii amplasate în mun. Chișinău (01.01.2018 - 01.01.2023) Sursa: Raport privind activitatea Direcției comerț, prestări servicii și alimentație publică



Structura rețelei comerciale a rămas constantă pe parcursul ultimilor ani, ponderea majoră a căreia (70%) o dețin unitățile de comerț urmate de unitățile de prestare a serviciilor (23%) și întreprinderile de alimentație publică (8%).

Dacă în anul 2015 pe teritoriul municipiului Chișinău activau 42 supermagazine, 3 hipermagazine și 42 centre comerciale, atunci la moment, sunt active 120 supermagazine, 14 hipermagazine și 57 centre comerciale, case de comerț, magazine universale.

Conform datelor din Registrul electronic de evidență a Direcției generale economie, comerț și turism, la 01.01.2023 în municipiul Chișinău rețeaua unităților comerciale numără 32166 unități (Figura 4), din care:

- 22346 unități de comerț,
- 38 piețe,
- 2433 unități de alimentație publică,
- 7349 unități de prestări servicii.

O tendință pozitivă se urmărește în dezvoltarea comerțului electronic, extinderea numărului de magazine on-line (doar în anul 2022 au fost notificate 140 magazine on-line). La moment în municipiu activează 670 magazine on-line și 308 unități de intermediari în comerț.

Acești indicatori demonstrează că în ultimii ani s-a îmbunătățit asigurarea societății cu unități de comerț prin care se oferă servicii comerciale diversificate. Sunt modernizate unitățile de comerț existente, se construiesc unități noi, în care se implementează tehnologii avansate de distribuție și servicii. Numărul total al altor unități la situația anului 2023, se prezintă după cum urmează:

- 57 centre comerciale, case de comerț, magazine universale,
- 4438 secții comerciale,
- 1321 magazine alimentare,
- 4502 magazine nealimentare,
- 2763 depozite,
- 2466 gherete, inclusiv 639 gherete în străzi și 808 pe teritoriul piețelor,
- în cadrul pieței centrale activează 854 gherete, 165 unități de prestări servicii și 3038 unități de comerț ambulant.

Analiza amplasării unităților comerciale de alimentație publică și prestări servicii pe sectoare denotă faptul că majoritatea sunt amplasate în sectoarele Centru (10016 unități sau 32% din total), Râșcani (7281 unități sau 24% din total) și Botanica (5356 unități sau 17% din total). Pentru toate sectoarele este caracteristică amplasarea majorității unităților comerciale pe bulevardele și străzile principale (Figura 6).

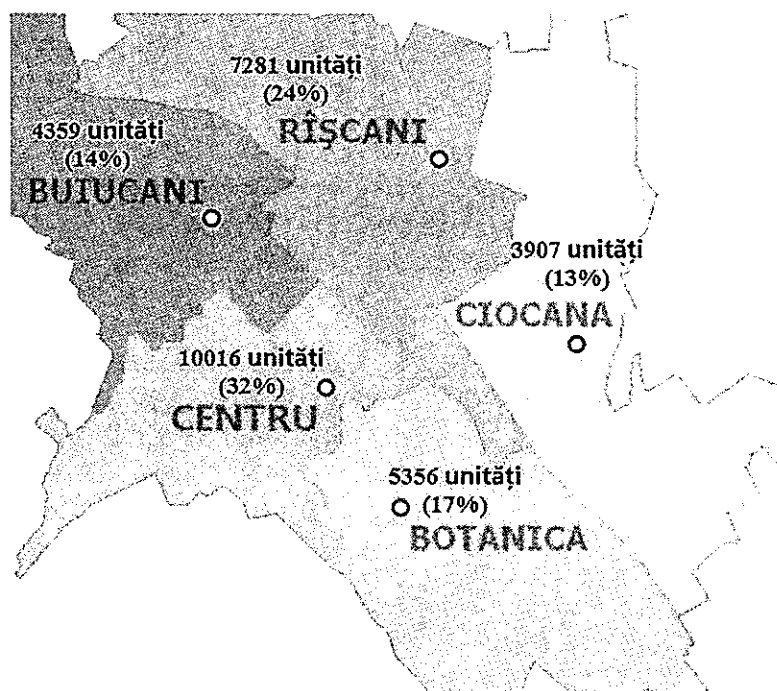


Figura 6: Amplasarea unităților de comerț, alimentație publică și prestări servicii în sectoarele mun. Chișinău în anul 2022

Sursa: Sistemul informațional al DGECT

Pentru toate sectoarele este caracteristică amplasarea majorității unităților comerciale pe bulevardele și străzile principale, și anume:

- **Sectorul Centru:** bd. Ștefan cel Mare și Sfânt – 868 unități, str. Tighina – 559 unități comerciale, str. A. Pușkin – 174 unități comerciale, șos. Hâncești – 375 unități comerciale, bd. C. Negruzzi – 210 unități comerciale.
- **Sectorul Rîșcani:** bd. Moscova - 565 unități comerciale, str. Petricani – 595 unități comerciale, str. Albișoara – 510 unități comerciale, str. Alecu Russo – 333 unități comerciale, Calea Orheiului – 432 unități comerciale, bd. Grigore Vieru – 207 unități comerciale, str. Kiev - 158 unități comerciale și str. Mitropolit G. Bănulescu-Bodoni – 79 unități comerciale.
- **Sectorul Botanica:** bd. Dacia - 820 unități comerciale, bd. Decebal – 860 unități comerciale, bd. Cuza-Vodă – 314 unități comerciale, str. Independenței – 366 unități comerciale, str. Sarmizegetusa – 310 unități comerciale, str. Burebista – 262 unități comerciale, str. N. Zelinski – 259 unități comerciale.
- **Sectorul Buiucani:** str. Alba Iulia - 669 unități comerciale, str. Ion Creangă – 642 unități comerciale, Calea Ieșilor – 543 unități comerciale, bd. Ștefan cel Mare și Sfânt – 166 unități comerciale, str. Mitropolit G. Bănulescu- Bodoni – 160 unități comerciale.
- **Sectorul Ciocana:** bd. Mircea cel Bătrân - 573 unități comerciale, str. Alecu Russo – 180 unități comerciale, str. Ginta Latină – 434 unități comerciale, str. I. Vieru – 101 unități comerciale, str. Mihail Sadoveanu – 203 unități comerciale, str. Uzinelor - 946 unități comerciale, str. Voluntarilor – 138 unități comerciale.

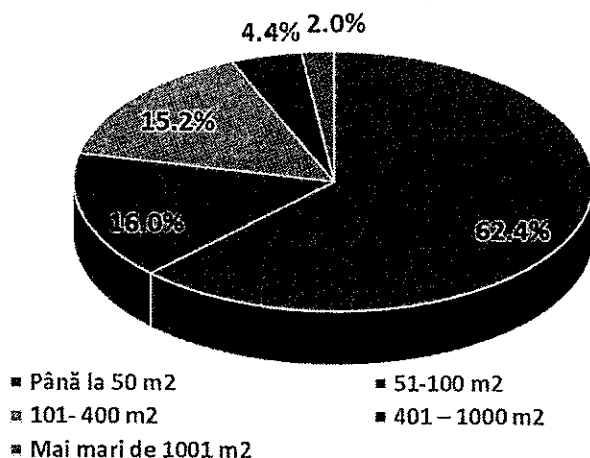
Totodată, se urmărește o creștere considerabilă a numărului de unități comerciale pe așa străzi ca Uzinelor, Petricani, Varnița, Codrilor, Calea Orheiului, Calea Basarabiei ceea ce dă dovadă a tendinței de dezvoltare a zonelor industriale la periferia orașului, prin extinderea rețelei de comerț cu materiale de construcție și finisare, articole sanitare, de uz casnic, tehnică agricolă etc.

Sporirea numărului de unități comerciale este însoțită de extinderea suprafețelor comerciale, care la situația din 01.01.2023 s-a majorat de 2,3 față de anul 2013, constituind 3119 mii m².

Majoritatea unităților de comerț (9318 unități comerciale sau 62,4 % din total) dispun de o suprafață comercială de până la 50 m² (Figura 7). Acest fapt denotă predominanța și

importanța IMM-urilor în sectorul comerțului, care sunt afaceri de dimensiuni mici și medii, dispun de o suprafață comercială relativ mică și sunt de obicei deținute și operate de antreprenori independenți sau familii.

Figura 7 . Suprafața comercială a unităților comerciale din municipiul Chișinău



Sursa: Raport privind activitatea Direcției comerț, prestări servicii și alimentație publică

Infrastructura comerțului modern nu poate fi dezvoltată fără a dezvolta și sub sectoarele conexe precum prestări de servicii. Din acest considerent, agenții economici care creează rețele comerciale tind să asigure consumatorii, totodată, și cu unități de prestare a serviciilor (precum mentenanță și reparații). Această tendiță necesită modernizarea infrastructurii unităților de comerț prin investiții în reconstrucția magazinelor existente, dotarea unităților de comerț cu utilaj și tehnologii noi.

d) Activitatea piețelor comerciale

Piețele agricole și industriale din municipiul Chișinău au un impact semnificativ asupra comerțului în zonă și în întreaga regiune. Aceste piețe joacă un rol esențial în furnizarea produselor alimentare și mărfurilor industriale pentru populație și companii, influențând în mod direct comerțul local.

Amplasarea neuniformă a piețelor în oraș, concentrarea acestora în Centru – Nucleul istoric al orașului Chișinău și în regiunea Gării Auto Centru (9 piețe), precum și comerțul stradal neautorizat de pe străzile adiacente piețelor, duce la supraaglomerarea traficului rutier, flux sporit de cumpărători, vânzători, incomoditatea deplasării libere a pietonilor, înrăutățirea aspectului arhitectural al urbei, starea sanitară nesatisfăcătoare a străzilor adiacente piețelor etc. Pe de altă parte, există și alte provocări asociate cu comerțul ambulant, cum ar fi concurența neloyală față de magazinele permanente și controverse legate de ocuparea abuzivă a spațiilor publice.

Cu toate acestea, comerț ambulant poate oferi oportunități economice pentru comercianți, inclusiv pentru cei care nu au resursele financiare necesare pentru a deschide un magazin tradițional. Acest lucru poate contribui la creșterea numărului de întreprinderi mici și la stimularea economiei locale.

Municipiul Chișinău găzduiește o varietate de piețe, târguri și iarmaroace, unde localnicii și vizitatorii au posibilitate să cumpere produse proaspete, obiecte tradiționale și bunuri de consum.

În conformitate cu prevederile Legii cu privire la comerțul interior nr. 231/2010, cu modificările ulterioare, piețele se creează în baza deciziei consiliului local și, respectiv, în cazul

piețelor municipale de sector, deciziei privind atribuirea terenului pentru construcția și amenajarea pieței.

La situația anului 2023, în mun. Chișinău activează 36 piețe comerciale (Tabel), inclusiv:

- 17 piețe mixte;
- 8 piețe de mărfuri nealimentare;
- 6 piețe de comercializare a florilor;
- 4 piețe de comercializare a pieselor de schimb și a automobilelor;
- piață de păsări și animale de companie.

Lista piețelor comerciale amplasate în orașul Chișinău 2023 (la 03.05.2023)

Nr. d/o	Agentul economic	Profilul/suprafața	Locuri de comerț		Locuri de comerț libere
			Dislocate	Ocupate	
1.	SECTORUL BOTANICA Piața S.R.L. „Dione” str. Independenței, 15/2	mixtă 0.28 ha	120	65	55
2.	Piața S.R.L. „Bobi-Hal” str. Independenței, 13	mixtă 0.17 ha	32	32	-
3.	Piața S.R.L. „Sandex-Tehno”, str. Sarmizegetusa, 12/1	mixtă 0.16 ha	105	72	31
4.	S.R.L. „Pechera”, str. Independenței, 26/2	mixtă 0.08 ha	97	72	22
5.	Piața S.R.L. „Grisan Hamb” Calea Basarabiei, 42 B	mixtă 0,2771 ha	47	15	32
6.	Piața Î.I. „Vasile Panov” bd. Cuza-Vodă, colț cu str. Independenței	de flori 0.05 ha	5	5	-
7.	Piața S.R.L. „Eurostar Co”, str. Burebista, 110”a”	auto 0.1353 ha	106	81	25
8.	Piața S.R.L. „Rurosa”, bd. Traian, 1/3	de flori 0.02 ha	11	11	-
	Total în sector: 8 piețe		523	353	165
1.	SECTORUL CENTRU Î.M. „Piața Centrală”, str. Mitropolit Varlaam, 63	mixtă 3,54 ha	Total 5023, inclusiv - locuri pentru legume/fructe-1358; - gherete -710, (gh/alim.- 287 gh/nealim.-399 gh/libere – 24)	4158	870
2.	Î.M. „Piața Centrală”, str. Cărbunariilor, 9	de păsări 0.51 ha	90 (unități de transport)	Locurile sunt ocupate în funcțiile de sezon -29	61
3.	Piața S.R.L. „NYS Ilorcea” șos. Hâncești, 60/4	mixtă 0.12 ha	40	28	12
4.	Piața S.R.L. „Vitalco-SV”, str. Armenească, 84	mixtă 0.040 ha	123	113	10

strategia
COMERT-2030

5.	Piața S.R.L. „Solotrans Agro”, Calea Basarabiei, 8	mixtă 3,7728 ha	275	248	27
6.	Piața „Universală” S.R.L. „Selopa și Co” str. Pan. Halippa, 12/1	nealimentară 0.23 ha	260	147	113
7.	Piața Î.M. „Grisan Hamb” str. M. Varlaam, 56	nealimentară 0.28 ha	370	124	246
8.	Piața S.R.L. „Colizei Vechi”, str. Tighina, 42	nealimentară 0.18ha	192	166	26
9.	Piața S.R.L. „Extremum”, bd. D. Cantemir, 5	nealimentară 0.351 ha	670	645	25
10.	Piața S.R.L. „Era Prim”, str. Tighina, 42/1	nealimentară 0.20 ha	122	103	19
11.	Piața S.R.L. „Extremum”, str. Ismail, 94	nealimentară 0.23 ha	200	200	-
12.	Piața S.R.L. „Agrovista”, str. Tăbăcăria Veche, 25	nealimentară 0.38 ha	450	254	196
13.	Piața SRL „NALI”, str. Columna, 55	nealimentară, 0,09 ha	133 tonete	38	95
Total în sector: 13 piețe			7948	6253	1695
1.	SECTORUL CIOCANA Piața S.R.L. “AgroMondial”, str. Ginta Latină, 18	mixtă 0,84 ha	800	375	425
2.	Piața S.R.L. „Angroflor” str. A. Russo, 18/2	de flori 0.017ha	8	5	3
3.	Piața S.R.L. „Brelax” bd. Mircea cel Bătrân, 23/4	de flori 0,01 ha	3	3	-
Total în sector: 3 piețe			811	383	428
1.	SECTORUL BUIUCANI Piața S.R.L. „Agroeuromarket” str. Alba Iulia, 198	mixtă 0.8544 ha	716	398	318
2.	Piața S.R.L. “Negustorii” str. Ion Creangă, 47/1	mixtă 1.10 ha	528	370	158
3.	Piața S.R.L. „Mivarex”, Calea Ieșilor, 2/3	mixtă 0.025 ha	25	19	6
4.	Piața S.R.L. “Minivial” str. Calea Ieșilor, 11/2	mixtă 0.06 ha	20	12	8
5.	Piața S.A. „Beșugul Țării” str. I. Creangă, 45/1	mixtă 0.22 ha	186	164	22
6.	Piața S.A. “Interautotrans” str. Petrăriei, 19/1	auto 4,565 ha	(pentru autorurisme) /50	450	300
7.	Piața S.R.L. „Șel și Co” str. B. Bodoni, 20/1	de flori 0,13 ha	43	41	2

8.	Piața S.R.L. „VALNELEX”, str. Ion Creangă, 49	de flori 0,01ha	11	11	-
Total în sector: 8 piețe			2279	1465	814
1.	SECTORUL RÂȘCANI Piața S.R.L. „Extremum” , Calea Moșilor, 4	mixtă 3,339 ha	1050	658	392
2.	Piața S.A. „Interautotrans” str. Socoleni, 7/2	Mixtă 0.640 ha	260	184	76
3.	Piața S.A. “Sticlămont” Calea Orheiului, 112	auto 0.5011 ha	137	92	45
4.	Piața S.A. „DIRON”, Calea Orheiului, 112	auto, 0,1027 6 ha	40	39	1
Total în sector: 4 piețe			1487	973	514
Total în or. Chișinău: 36 piețe comerciale			13048	9424	3621

Sursa: Raport privind activitatea DCPSAP

Majoritatea piețelor active (47% din total) sunt de tip mixt (Figura 8). Acestea sunt urmate de piețe de mărfuri nealimentare și piețele de comercializare a florilor, ponderea cărora în numărul total este de 22 % și, respectiv, 17 % în numărul total.

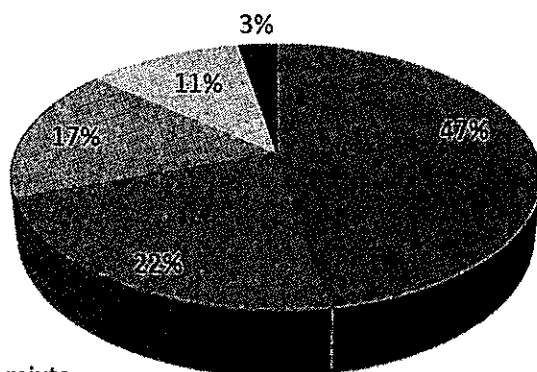
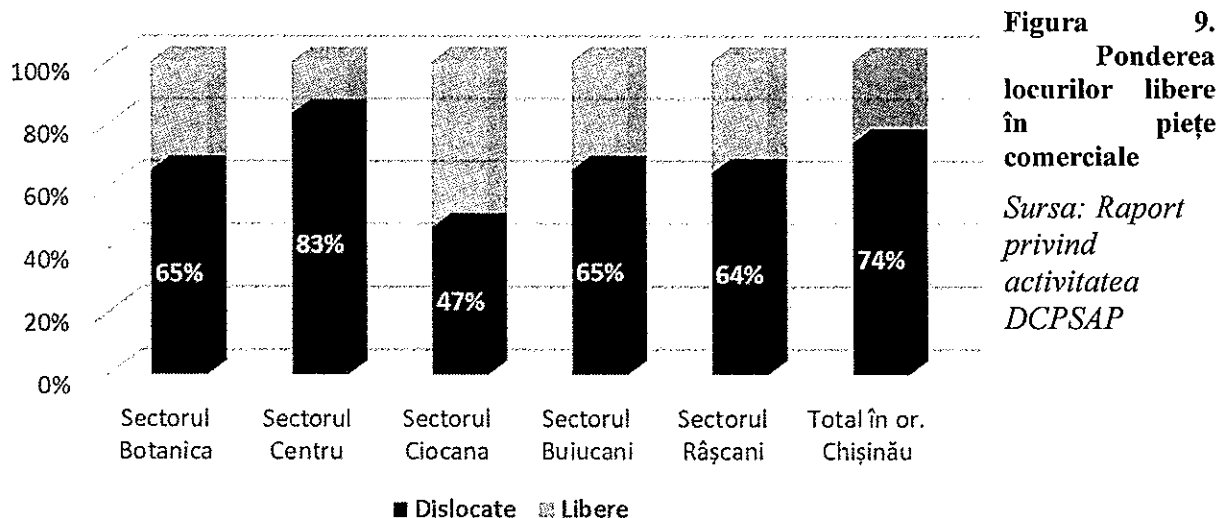


Figura 8: Structura piețelor în municipiul Chișinău

Sursa: Raport privind activitatea DCPSAP

- piețe mixte
- ▣ piețe de mărfuri nealimentare
- ▤ piețe de comercializare a florilor
- ▥ piețe de comercializare pieselor de schimb și automobilelor
- piețe de păsări și animale de companie

De menționat este faptul că numărul locurilor de comerț ocupate variază de la zi la zi (în funcție de sezon, anotimp, condiții meteo, etc.). În mediu, ponderea locurilor libere în piețe constituie 26 % (Figura 9).



Structura amplasării piețelor pe sectoare:

- s. Centru – 13 piețe (mixte – 4; nealimentare - 8; de păsări și animale de companie – 1);
- s. Buiucani – 8 piețe (mixte – 5; de flori – 2; auto – 1);
- s. Râșcani – 4 piețe (mixte – 2; auto – 2);
- s. Botanica – 8 piețe (mixte – 5; de flori – 2; auto – 1);
- s. Ciocana – 3 piețe (mixte – 1; de flori – 2).

Astfel, 34 de piețe sunt în proprietate privată și doar 2 (Piața Centrală din str. Mitropolit Varlaam, 63 și filiala acesteia din str. Cărbunarilor, 9) sunt întreprinderi municipale. Totodată, în pofida faptului că Piața Centrală este întreprindere municipală, circa 75-80 % din imobile și terenul din piață, inclusiv halele de comercializare a cărnii, mezelurilor și produselor lactate, sunt privatizate.

Piața Centrală din Chișinău este cea mai mare piață din municipiu, cu cele mai multe locuri pentru comerț, tarabe și standuri, fiecare oferind o varietate bogată de produse alimentare și bunuri diverse.

În 2020, CMC a aprobat Conceptul de modernizare a Î.M. „Piața Centrală”, elaborat de un grup de lucru instituit în acest scop. Conceptul propune o abordare complexă de îmbunătățire a infrastructurii pieței inclusiv pentru persoanele cu necesități speciale, crearea condițiilor optime de muncă pentru comercianți, asigurarea condițiilor sanitare, corespunzătoare pentru vizitatorii pieței și, totodată, redarea unui aspect exterior plăcut pentru teritoriul respectiv din Centrul istoric al capitalei și modernizarea serviciilor oferite locuitorilor și oaspeților orașului. Conceptul prevede realizarea lucrărilor de modernizare etapizată pe mai multe sectoare, inclusiv: sectorul legume, fructe, angro, meșteșugăresc, renovarea gheretelor, construcția pavilioanelor, amenajarea parcarilor în adiacentul pieței etc.

Procesului de realizare a conceptului planificat pentru septembrie 2020, nu a fost inițiat.

Altă formă de comerț focusată pe promovarea producătorilor autohtoni de produse agroalimentare sunt târgurile organizate în zilele de odihnă (vineri, sâmbătă, duminică) în sectoarele capitalei, pe amplasamentele stabilite de către Preturile de sector, aprobate prin dispoziția Primarului General, pentru perioada de recoltare a produselor agroalimentare.

e) Comerțul ambulant stradal.

Comerțul ambulant în municipiul Chișinău se referă la vânzarea de produse și servicii de către comercianți sau vânzători care nu au un spațiu comercial fix, ci se deplasează și își desfășoară activitatea pe străzi, piețe, trotuare sau în locuri publice.

Această formă de comerț acoperă o gamă largă de produse, cum ar fi fructe și legume proaspete, produse alimentare pregătite, băuturi, îmbrăcăminte, accesorii, electronice, obiecte de uz casnic și multe altele. Acest lucru oferă consumatorilor oportunitatea de a cumpăra produse în diverse locații din oraș.

Unitățile de comerț mobile sunt amplasate preponderent în piețe, hale (tarabe, tonete, standuri), încăperi (automate comerciale), iar în străzi legal își desfășoară activitatea rulotele de tip comercial și gherete, care în mare parte sunt utilizate modern și dotate cu cele necesare pentru respectarea normelor sanitar-igienice.

Unitățile de comerț ambulant sunt: amovibile – pavilion, gheretă, tonetă (cort), tarabă (tejghea, stand, vitrină/utilaj frigorific sau alt utilaj specializat în comerț), aparat automat pentru vânzări (vendingmachine – conform uzanțelor internaționale), unitate sanitară ambulantă, (toaletă bio); mobile – automagazin, rulotă (de tip comercial), cărucior, coș/ladă (facilitate care poate fi mânăuită de o persoană fizică), voiajor comercial (negustor ambulant), vrac sezonier.

Creșterea interesului și cererii din partea consumatorilor pentru produse și servicii oferite de unitățile mobile de comerț este unul dintre factorii cheie care au contribuit la creșterea numărului acestora. Astfel unitățile de comerț ambulant din municipiul Chișinău au crescut în anul 2021 cu circa 347% sau de circa 4,5 ori, după care se observă o scădere ușoară cu 8 % a acestora pe parcursul anului 2022 (Tabelul).

Tabelul: Statistica unităților mobile de comerț amplasate pe teritoriul orașului Chișinău

Unitatea de comerț Ambulant	Anii	
	2021	2022
Tarabe	2678	2526
Tonete	1309	1159
Automagazine	30	17
Remorci	3	27
Frigidere	26	15
Standuri	33	30
Automat comercial	136	142
Cărucior	-	-
WC mobil	8	7
Altele / rulotă de tip comercial etc.	73	22
Total:	4296	3945

Sursa: Sistemul informațional al DGECT

Comercianții acordă preferință tarabelor și tonetelor, ponderea cărora în totalul unităților mobile de comerț active în municipiul Chișinău constituie corespunzător 64 și 29 la sută. Împreună acestea constituie 93% din totalul unităților mobile de comerț. Alegerea dată se datorează faptului că aceste două tipuri de unități mobile de comerț pot fi ușor mutate și amplasate în locații diferite în funcție de cerințele pieței sau a evenimentelor speciale. Această flexibilitate le permite să răspundă rapid la schimbările în nevoile și preferințele consumatorilor.

Treptat, a fost optimizat cu 75% și numărul de gherete amplasate pe străzile mun. Chișinău de la 2643 în anul 2014, până la 666 unități în ianuarie 2023.

Tabelul: Gheretele amplasate pe teritoriul municipiului Chișinău, inclusiv în teritoriul piețelor

Sectorul	Ianuarie 2023		
	Pe străzi	În piețe	Total în oraș
Centru	75	1075	1150
Râșcani	180	203	383
Botanica	175	112	287
Buiucani	75	223	298
Ciocana	161	62	223
Total în or. Chișinău	666	1675	2341

Sursa: Sistemul informațional al DGECT

Acest lucru se datorează sistematizării în Conceptul privind desfășurarea comerțului ambulant stradal în mun. Chișinău a acțiunilor întreprinse, orientate spre stimularea comerțului ambulant organizat și legal într-un mediu concurențial sănătos și direcționarea acestuia spre sporirea nivelului de deservire a consumatorilor, armonizarea unităților de comerț stradal cu mediul urbanistic, satisfacerea necesităților sociale și economice ale urbei.

Conceptul susmenționat a stabilit obiective principale printre care:

- Optimizarea numărului de unități de comerț ambulant stradal;
- Licitarea publică a dreptului de încheiere a contractului pentru amplasarea unităților de comerț ambulant;
- Armonizarea unităților de comerț ambulant stradal specificului arhitectonic și cromatic al zonei;
- Actualizarea Regulamentului privind desfășurarea activității de comerț în mun. Chișinău conform cadrului legal și prezentului Concept;
- Revizuirea și stabilirea unei cote noi a taxei pentru unitățile de comerț ambulant stradal.

În rezultatul implementării Conceptului s-a introdus o modalitate nouă de amplasare a unităților de comerț ambulant stradal, inclusiv gherete, în special prin licitarea publică a dreptului de amplasare a acestora conform schemelor de amplasament prestabilite, aprobate de Consiliul Municipal Chișinău.

Totodată, a fost interzisă amplasarea/reamplasarea unităților de comerț ambulant pe străzile municipiului Chișinău, cu excepția amplasamentelor aprobate de către Consiliul Municipal Chișinău și amplasamentelor din cadrul manifestărilor și iarmaroacelor organizate în baza dispoziției Primarului General/pretorului de sector. Suplimentar, a fost pusă în sarcina preturilor de sector să identifice amplasamente din teritoriul sectoarelor, care urmează a fi propuse pentru expunerea la licitație în etapa a II-a (presa, flori, legume/fructe, produse alimentare) și prezentarea schemelor de amplasare către Comisia de licitație. De asemenea, a fost pusă în sarcina preturilor de sector inventarierea unităților de comerț ambulant (gherete, rulote, tonete, tarabe etc.), amplasate pe teritoriul administrat, în vederea corespunderii cerințelor și interdicțiilor privind organizarea și desfășurarea comerțului ambulant stradal, inclusiv aspectul exterior, designul, sortimentul de produse comercializate, și evacuarea unităților respective, după expirarea termenului de valabilitate a schemelor de amplasare, în cazul necorespunderii acestora condițiilor prevăzute de Regulament.

Organizarea și desfășurarea licitațiilor au loc conform unei proceduri ce prevede etapele și modul de organizare a procesului respectiv.

Câștigătorii fiecărei licitații desfășurate, cu respectarea condițiilor de transparență, sunt obligați să încheie cu Primăria Municipiului Chișinău un contract pe un termen de 5 ani, cu specificarea drepturilor și obligațiilor fiecărei părți și a restricțiilor de comerț, care pot fi aplicate pentru fiecare amplasament aparte. După expirarea contractului, amplasamentul va fi scos din nou la licitație.

Începând cu luna decembrie a anului 2020 până în luna iulie 2023, în cadrul celor 33 licitații au fost adjudecate 211 de loturi în valoare totală de 146.280.153,00 lei. În această ordine de idei, este important să evidențiem că desfășurarea licitațiilor cu strigare asigură condiții și posibilități egale pentru toți participanții, acumularea veniturilor în bugetul local, valorificarea potențialului economic a patrimoniului municipal, precum și organizarea unui comerț ambulant modern și transparent.

Primăria Municipiului Chișinău a elaborat o nouă hartă digitală pe care se regăsesc toate gheretele amplasate pe străzile capitalei. Astfel, fiecare punct de comerț ambulant a fost „pașaportizat”, iar locuitorii orașului pot vizualiza denumirea agentului economic, adresa gheretei, termenul de valabilitate a acestora și statul.

f) Comerț cu servicii.

Pe parcursul ultimilor 5 ani, s-a înregistrat o creștere cu peste 20 la sută a numărului unităților de prestări servicii (Figura 10).

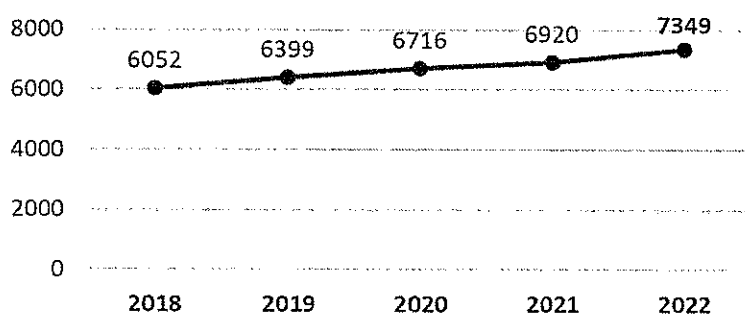


Figura 10: Evoluția rețelei de prestări servicii în mun. Chișinău (perioada anilor 2018 – 2022).

Sursa: Raport privind activitatea Direcției comerț, prestări servicii și alimentație publică

Cele mai solicitate domenii de prestări servicii sunt cele de reparație a îmbrăcăminte, obiectelor de uz casnic, serviciilor auto. (3715 unități în anul 2022), urmate de servicii de înfrumusețare și întreținere corporală (884 unități în anul 2022), precum și centre de reabilitare și agrement, cluburi sportive, săli de antrenamente, săli de biliard și bowling. (221 unități în anul 2022) (Tabelul).

Tabelul: Rețeaua unităților de prestări servicii (activitățile cele mai frecvent practicate)

Tipurile de unități de comerț și ale serviciilor prestate	Anii		
	2020	2021	2022
Servicii de reparație (ateliere de reparație a îmbrăcăminte, încălțăminte, obiectelor de uz casnic etc.)	3348	3735	3715
Servicii de întreținere a automobilelor (centre și stații de asistență tehnică a automobilelor, ateliere auto, spălătorii auto, vulcanizări etc.)	1108	1019	1012
Servicii de înfrumusețare și întreținere corporală (saloane cosmetice, cabinete cosmetice, frizerii, saune, băi publice etc.)	838	875	884
Servicii voiaj (servicii hoteliere, pensiuni turistice, agenții turistice, campinguri)	404	420	414

Tipurile de unități de comerț și ale serviciilor prestate	Anii		
	2020	2021	2022
Servicii de reabilitare și agrement (centre de reabilitare și agrement, cluburi sportive, săli de antrenamente, săli de biliard și bowling etc.)	278	215	221
Alte servicii (recepția comenzilor a curățătorilor, închirierea automobilelor, închirierea vestimentației, servicii xeroxare și laminare, secretariat și traduceri, internet-cafe, unități de vânzare a biletelor, servicii de curățenie, servicii ale agențiilor imobiliare etc.)	740	656	1103

Sursa: Sistemul informațional al DGECT

g) Unitățile de alimentație publică

Chișinău este capitala țării și, ca atare, oferă o varietate de opțiuni pentru alimentația publică, inclusiv restaurante, cafenele, terase etc.

Capacitatea unităților de alimentație publică, preponderent este de până la 50 locuri (616 unități).

Evoluția rețelei unităților de alimentație publică denotă că, începând cu anul 2017 până în anul 2023, numărul acestora a crescut cu 18 % sau 342 unități (Tabelul).

Majoritatea unităților de alimentație publică din municipiului Chișinău (90,5% din total) sunt cafenele, baruri, bufete și cantine, pe când restaurantelor, sălilor de festivități, cofetăriilor, secțiilor de catering le revine o pondere de circa 6,3% din totalul unităților de alimentație publică. Una din tendințe este și amplasarea unităților de alimentație publică în incinta centrelor comerciale. Totodată, au devenit solicitate și unitățile de alimentație publică tip „Bufet - Fast Food” (în anul 2022 activau 194 unități). Cât privește terase, numărul acestora a constituit 281 de unități cu o capacitate totală de 14 474 locuri.

Tabelul. Evoluția rețelei unităților de alimentație publică din teritoriul municipiului Chișinău

	2019	2020	2021	2022	2023
Unități de alimentație publică	1976	2022	2006	2041	2295
Complexe de alim. publică	40	48	37	36	37
Săli de festivități, secții catering	14	13	13/16	9	8
Restaurante	71	83	77	85	98
Cafenele, bodegi	644	708	594/5	616	614
Cantine	308	291	289	291	288
Bufete	404	463	465	502	619
- inclusiv Fast-Food	47	76	104	147	194
Baruri	303	294	268	250	272
Magazine de articole culinare, cofetării	18	23	23	26	31
Cafenele și terase de vară	174	227	219	205	293
Secție catering			16	21	35

Sursa: Sistemul informațional al DGECT

Cele expuse denotă că industria alimentației publice din Chișinău se diversifică, oferind o gamă largă care satisface gusturile diverse ale consumatorilor.

Concomitent, în municipiul Chișinău este asigurată alimentarea elevilor din instituțiile de învățământ preuniversitar prin intermediul următoarelor unități: 131 cantine; 4 bufete cu hrană caldă; 107 bufete staționare; 25 bufete mobile.

II. Analiza situației și factorilor care au impact asupra comerțului interior local municipal.

1. Cadrul normativ privind comerțul interior.

Reglementările generale în domeniul comerțului interior sunt stabilite prin Legea nr. 231/2010 cu privire la comerțul interior și actelor normative secundare aprobate în baza acestei legi.

Legea vizată a fost modificată prin Legea nr. 17/2021, fiind introduse modificări esențiale în noțiunile utilizate în comerțul interior, precum și introdus nomenclatorul unităților comerciale care a inclus acele tipuri de unități care nu erau reglementate anterior, precum ar fi cele de prestări servicii. Totodată, au fost introduse reglementări armonizate cu legislația UE în domeniul practicilor comerciale nelociale în cadrul lanțului de aprovizionare agricol și alimentar.

În baza noilor prevederi, a fost elaborată Hotărârea Guvernului nr. 206/2023 care conține regulamente și reguli noi, după cum urmează:

- *Regulile de desfășurare a activității de comerț* - conțin cerințele privind organizarea activității de comerț interior, inclusiv comerțul cu amănuntul, comerțul cu ridicata și comerțul ambulant;
- *Regulile specifice de desfășurare a comerțului în piețe* - stabilesc modul de creare și organizare a activității pieței, tipurile de piețe, cerințele sanitare, restricții de comerț în piețe, drepturile și obligațiile administratorului pieței, drepturile și obligațiile comercianților, regulamentul-cadru al pieței;
- *Regulamentul privind modul de indicare a prețurilor produselor oferite consumatorilor* - stabilește modalitatea de indicare a prețului de vânzare și a prețului pe unitatea de măsură (unitar) la produsele expuse în suprafețele comerciale și oferite consumatorilor, în scopul informării complete și corecte a acestora și pentru a le permite compararea cu ușurință a prețurilor;
- *Regulamentul sanitar pentru unitățile comerciale care practică activitate de comerț cu produse alimentare* - stabilește cerințe privind amplasarea, proiectarea, amenajarea; cerințe privind utilajul, mobilierul tehnologic, echipamentele și ustensilele utilizate de unitățile comerciale care practică activitate de comerț cu produse alimentare; cerințe sanitare privind comercializarea produselor alimentare etc.;
- *Regulamentul sanitar pentru unitățile de alimentație publică* - stabilește cerințele sanitare și de igienă pentru unitățile de alimentație publică.

Astfel, putem vobi despre un cadru normativ nou în domeniul comerțului interior, elaborat în vederea asigurării coerenței legislației pe întreg spectrul de reglementare și care are drept scop asigurarea unui proces regulator coerent, facilitator, egal, echilibrat, competitiv și adecvat pentru toți participanții la comerțul interior, atât comercianții, dar și autoritățile publice, inclusiv organele cu funcții de control, și nu în ultimul rândul consumatorilor.

Alte acte normative relevante domeniului sunt Legea nr. 436/2006 „Privind administrația publică locală”, Legea nr. 105-XV/2003 privind protecția consumatorilor; Legea nr. 62/2022 cu privire la publicitate etc.

În parte, ce ține nivel local, reglementările relevante se regăsesc în Strategia de dezvoltare teritorială a municipiului Chișinău, Planul de amenajare; Proiectul Strategiei pentru dezvoltarea durabilă socio-economică a spațiului urban: Etapa I – analiza completă în contextul dezvoltării teritoriului; Proiectul Strategiei de dezvoltare socio-economică și spațială durabilă; Etapa II - justificarea tehnică și conceptul planului regional de amenajare a teritoriului municipiului Chișinău; Conceptul privind desfășurarea comerțului ambulant stradal în mun. Chișinău, aprobat prin Decizia CMC 12/1 din 23.07.2020; alte acte normative aprobate de APL.

Legislația prevede și sistemul de taxe locale, cotele cărora sunt stabilite de Consiliul Municipal, în temeiul Codului Fiscal. Totodată Consiliul aprobă și scutițiile de plata taxelor locale. Taxe locale relevante domeniului comerțului interior sunt cele stabilite pentru unitățile comerciale și/sau de prestări servicii, taxa de piață, și de plasare a publicității.

Taxele locale se stabilesc în baza unei analize a sistemului taxelor locale și ajustarea anuală a acestora la rata inflației anului anterior. Astfel, ca urmare a ajustării taxelor locale, autoritățile municipale își propun: asigurarea previzibilității activității de întreprinzător a agenților economici; asigurarea principiului achitabilității (proporționalității) în raporturile dintre unitatea administrativ-teritorială și întreprinzător; asigurarea calculării corecte și vărsării depline ale plăților taxelor locale în buget.

De menționat că, în cadrul Memorandumului de înțelegere, încheiat între Primăria Municipiului Chișinău și programul USAID „Comunitatea Mea” în februarie 2020, experții internaționali, în baza analizei efectuate a sistemului taxelor locale, au recomandat ajustarea anuală a cotelor taxelor locale la rata inflației a anului anterior. Așa dar, pentru anul 2023, cotele taxelor locale au fost ajustate cu 5,1%.

Alți specialiști propun o metodologie de aplicare a taxei pentru unitățile comerciale și/sau prestări servicii, care constă în delimitarea, la etapa inițială de implementare a 3 Zone urbane (în dependența de nivelul de dezvoltare economică).

2. Capacitățile instituționale ale autorității publice locale.

Conform Legii 231/2010 cu privire la comerțul interior Ministerul dezvoltării economice și digitalizării este organul central de specialitate al administrației publice responsabil de elaborarea politicii de stat în domeniul comerțului și de reglementarea acestui domeniu. Printre atribuțiile principale: perfecționarea legislației în domeniul; elaborarea programelor de stat și a strategiilor de dezvoltare a activităților de comerț; coordonarea activităților organelor centrale de specialitate ale administrației publice și ale autorităților administrației publice locale în domeniul; elaborarea și înaintarea măsurilor de protecție a pieței interne; inițierea, organizarea și desfășurarea iarmaroacelor și expozițiilor republicane; organizarea activităților în scopul instruirii și perfecționării cadrelor din domeniul comerțului.

Altă instituție cu competențe relevante este Inspectoratul de Stat pentru Supravegherea Produselor Nealimentare și Protecția Consumatorilor, care coordonează și realizează strategia statului în domeniul protecției consumatorilor; organizează cursuri de instruire a personalului implicat în comercializarea produselor și serviciilor; efectuează controlul de stat privind respectarea normelor și regulilor de desfășurare a activităților de comerț, inclusiv prin efectuarea cumpărăturii de control.

Activitățile de comerț desfășurate în teritoriu sunt administrate și coordonate de autoritățile administrației publice locale care exercită următoarele atribuții principale:

- elaborează și implementează programele de dezvoltare a comerțului în teritoriul respectiv;
- contribuie la consolidarea resurselor de mărfuri în scopul asigurării unui comerț permanent cu un sortiment minim necesar satisfacerii cerințelor cotidiene ale consumatorilor din teritoriu;

- asigură implementarea principiului „ghișeului unic” la verificarea datelor indicate în notificările depuse de comercianți;
- verifică și apreciază tipologia unităților comerciale, conform Nomenclatorului unităților comerciale;
- reglementează prin regulamentul de comerț local desfășurarea comerțului în locuri publice, organizează târguri și iarmaroace;
- întreprind acțiuni de protecție a drepturilor consumatorilor în limita competențelor lor;
- efectuează supravegherea în domeniul activității de comerț în conformitate cu legislația în vigoare;
- înaintează instanței de judecată cerere de suspendare (limitare) a activității de comerț în temeiul legii;
- stabilesc, în cadrul regulamentului de comerț local, interdicții și cerințe privind desfășurarea activității de comerț;
- organizează instruirii, seminare și mese rotunde pentru instruirea și perfecționarea cadrelor din domeniul comerțului;
- acordă înlesniri sau scutiri de la plata de notificare, în special în cazul depunerii notificării on-line.

În scopul promovării și protejării activităților de comerț desfășurate în suburbii, precum și în zonele rurale defavorizate, autoritățile administrației publice locale pot acorda înlesniri speciale în limita competențelor. În vederea desfășurării activităților de comerț în zonele turistice sau în cele cu valoare arhitectonică, autoritățile administrației publice locale pot acorda facilități, conform legislației în vigoare, investitorilor care contribuie pe cont propriu la reabilitarea zonelor respective.

În cadrul regulamentului de comerț local, consiliul local are dreptul să stabilească interdicții și cerințe privind desfășurarea activității de comerț.

Direcția generală economie, comerț și turism din cadrul Primăriei este responsabilă de trasarea direcțiilor principale ale politicii economice, comerciale și în domeniul turismului la nivel municipal, în special promovarea politicilor în domeniul alimentației publice și servicii, elaborarea strategiilor de monitorizare în calitatea actelor normative și propuneri referitoare la modificări/completări justificate la legislația în domeniul de activitate, monitorizarea executării deciziilor Consiliului Municipal Chișinău și dispozițiilor Primarului General.

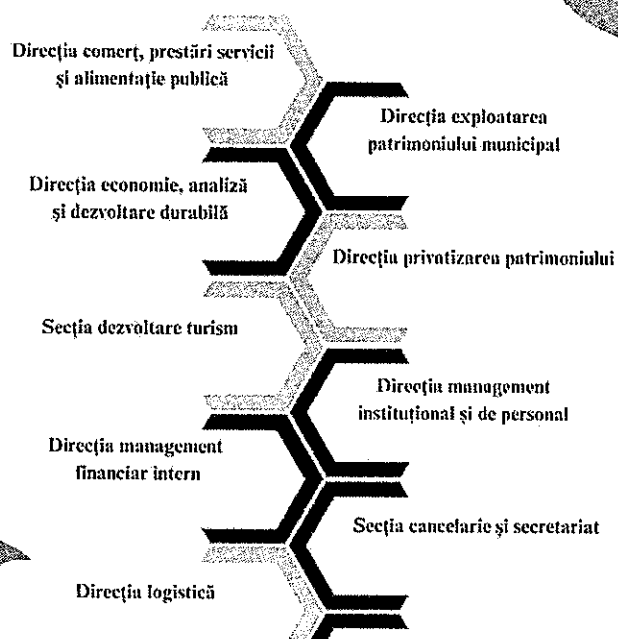
În gestiunea Direcției generale se regăsește Direcția comerț, prestări servicii și alimentație publică, care include trei secții:

- Secția procesarea datelor și evidența activității de comerț;
- Secția dezvoltarea comerțului interior municipal;
- Secția reglementarea activității unităților de alimentație publică, prestări servicii și piețelor.

Printre funcțiile de bază ale Direcției generale putem enumera următoarele:

- Elaborarea și implementarea programelor de dezvoltare a comerțului pe teritoriul municipiului Chișinău;
- Stabilirea interdicțiilor și cerințelor privind desfășurarea activității de comerț conform prevederilor legislației în vigoare;
- Stabilirea tipologiei unităților comerciale, conform cerințelor Nomenclatoarelor-tip aprobate de Guvern;
- Recepționarea notificărilor privind inițierea activității comerciale în teritoriul municipiului Chișinău;
- Efectuarea supravegherii în domeniul activității de comerț în conformitate cu legislația în vigoare;
- Realizarea acțiunilor de protecție a drepturilor consumatorilor în conformitate cu legislația în vigoare, în limitele competenței sale;
- Desfășurarea licitației publice pentru oferirea dreptului de încheiere a contractului de amplasare a unităților de comerț ambulant;
- Înantarea propunerilor și aprobarea cotei taxelor pentru unitățile de comerț ambulant.

Subdiviziunile Direcției Generale Economie, Comerț și Turism și datele de contact



Pe lângă funcții și atribuții, Direcția generală are și drepturi privind gestionarea comerțului interior, inclusiv:

- Întocmirea în calitate de agent constator, a proceselor –verbale cu privire la contravențiile în domeniul comerțului;
- Solicitarea de la comercianți a documentelor și informațiilor necesare prevăzute de lege, pentru a exercita verificarea datelor indicate în notificările privind inițierea activității de comerț, respectarea cerințelor și interdicțiilor stabilite în Regulamentul de desfășurare a activității de comerț etc.

În fiecare sector al municipiului Chișinău, primarul general numește câte un pretor care este reprezentantul acestuia. Preturile de sector la rândul său dețin competențe în domeniul comerțului interior prin coordonarea amplasării unităților de comerț ambulant amplasate pe teritoriul sectorului; organizează târguri și iarmaroace, eliberează permise de acces pentru desfășurarea activității de comerț în cadrul acestora.

Din 2018, după operarea de modificări în Codul contravențional al RM, Primarul General a aprobat lista agenților constatori responsabili de constatarea contravențiilor și încheierea proceselor-verbale în cazul contravențiilor prevăzute la mai multe articole din Codul contravențional, implicit din art. 273 – Încalcarea regulilor de comerț, în special, următoarele:

- desfășurarea activității de comerț fără notificarea autorității administrației publice locale,
- organizarea sau desfășurarea comerțului în alt loc decât cel notificat autorității administrației publice locale, inclusiv aflat pe teritoriul pieței,
- desfășurarea oricărei activități comerciale în perioada suspendării activității comerciale,

- desfășurarea activității de comerț în locuri sau în zone în cadrul cărora, conform legislației și/sau regulamentului de desfășurare a activităților de comerț în localitatea respectivă, aprobat de consiliul local, aceasta este interzisă,
- necorespunderea unității comerciale cu datele indicate în notificarea depusă privind inițierea activității de comerț.

În domeniul digitalizării serviciilor, Direcția generală a înregistrat realizări importante. Astfel, a fost modificat radical mecanismul de reglementare a activității comerciale prin introducerea notificărilor privind inițierea activității de comerț și modernizarea sistemului informațional. Depunerea notificărilor a devenit posibilă și în regim online, prin intermediul portalului guvernamental unic al serviciilor publice <https://servicii.gov.md> sau a ghișeului unic pentru gestionarea actelor permissive (SIA GEAP, <https://actpermisiv.gov.md>).

În suportul antreprenorilor a fost elaborat și publicat online Ghidul electronic al Comerciantului, care explică procesul de utilizare a portalului electronic. Pentru implementarea acestei practici.

Mediul de afaceri a apreciat beneficiile care oferă serviciile publice la distanță. Astfel, în domeniul digitalizării serviciilor, din totalul întreprinderilor participante la sondaj, 24% consideră platforma electronică NIAC foarte accesibilă, 66% consideră că platforma este parțial accesibilă și 10% au întâmpinat anumite probleme tehnice în accesarea platformei și o consideră neaccesibilă (participanții la sondaj au menționat, printre altele că platforma este mai puțin utilizată în alte localități de cât în capitala, unde sunt anumite reticențe din partea autorităților locale. Totodată, uneori, apar diverse erori) (Figura 11).

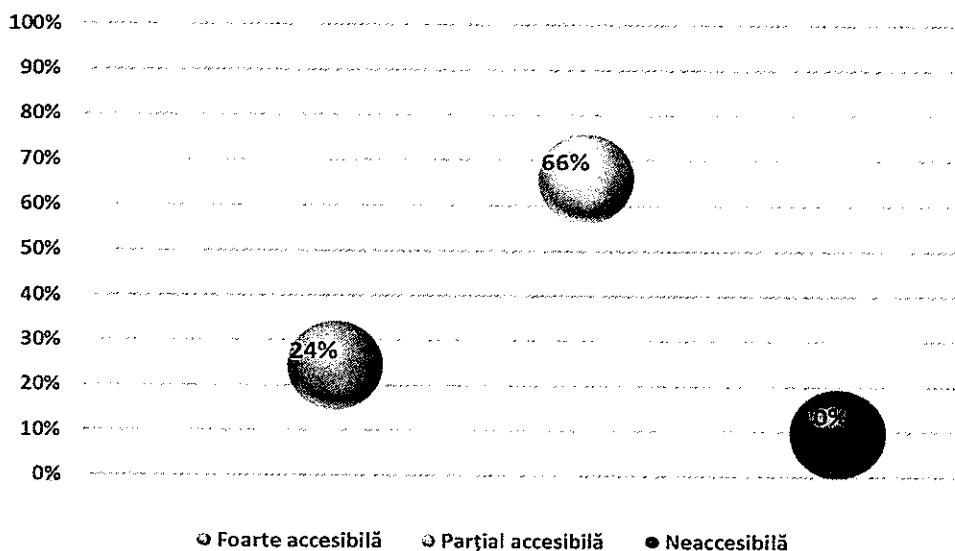


Figura 11.
Accesibilitatea
platformei
electronice
NIAC
(Notificare
privind
inițierea
activității de
comerț)

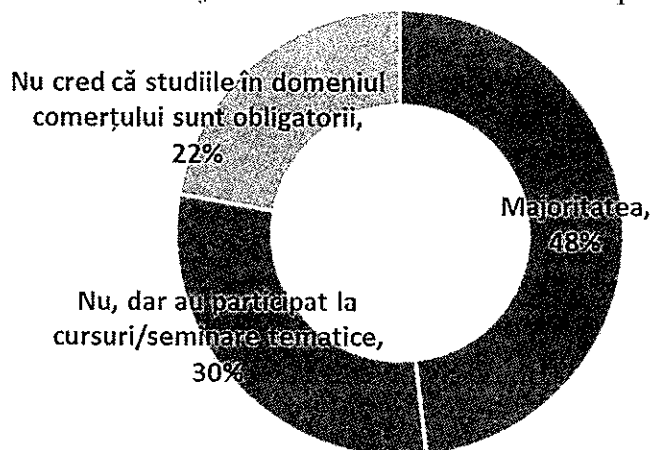
3. Calificarea profesională a persoanelor antrenate în activitățile din comerț

Comerțul în mun. Chișinău este o ramură atractivă în care este antrenat un număr considerabil din populația activă. La nivel național, pe parcursul anului 2022, în sectorul comerțului cu ridicata și cu amănuntul, precum și în activitățile de alimentație publică au activat 152.7 mii persoane (18% din populația ocupată), iar din numărul total de 60,3 mii de agenți economici activi la 1 ianuarie 2022, circa 35% (21,2 mii) practică activități comerciale, o pondere considerabilă, comparativ cu celelalte sectoare ale economiei naționale.

În municipiul Chișinău, în comerțul interior sunt antrenați 12,8 mii agenți economici asigurând sectorului o pondere de 35 la sută din totalul întreprinderilor. Aceste întreprinderi

asigură cu locuri de muncă 27% din angajații municipiului Chișinău și generează 52% din cifra de afaceri (182,1 mlrd lei). Situația se explică prin faptul că în comerț afacerea este mai ușor de organizat, necesită capital inițial mic, este posibilă recuperarea rapidă a investițiilor, se poate obține un profit într-un timp relativ scurt.

Conform *sondajului* realizat din totalul întreprinderilor participante la sondaj, 48% au



menționat că majoritatea angajaților dețin studii în domeniul comerțului, 30% au menționat că angajații săi au participat la cursuri/seminare tematice în domeniul comerțului, pe când 22% consideră că studiile în domeniul comerțului ale angajaților săi nu sunt obligatorii în desfășurarea activității (Figura 12).

Figura 12. Ponderea angajaților care dețin studii în domeniul comerțului din numărul total al angajaților

Nivelul de pregătire și calitatea serviciilor în comerț este prioritizată atât de agenți economici cât și de consumatori. Astfel, conform *sondajului*, ambele categorii de respondenți au plasat necesitatea sporirii calificării profesionale a comercianților în top 3 priorități. (64% din agenți economici și circa 40% din consumatorii intervievați).

Deși este o ramură atractivă, în care este antrenat un număr considerabil din populația activă, comerțul se confruntă cu un deficit de cadre instruite și personalul angajat în comerț, de cele mai dese ori, nu are o pregătire specială. În comerț s-au regăsit persoane cu diverse specializări în diferite domenii, departe de activitatea comercială, și drept urmare majoritatea lucrătorilor din comerț și-au dobândit calificarea urmare a experienței de muncă.

Cadrul normativ prevede doar la general necesitatea pregătirii profesionale a persoanelor ce activează în comerț. Mai mult, Legea nr. 231/2010 interzice organelor de control sau altor autorități publice centrale sau locale să aprobe acte normative privind obligarea comercianților de a frecventa cursuri de instruire sau de pregătire și perfecționare profesională (art 21⁴).

Legea nr. 231/2010 prevede că pentru desfășurarea activităților de comerț, comercianții trebuie să aibă o pregătire profesională în domeniu sau să angajeze persoane care corespund cerințelor de pregătire profesională și de sănătate (art. 12). Obligatorietatea instruirii este prevăzută în următoarele domenii:

- instruire în domeniul comerțului, alimentației publice și igienei pentru persoanele implicate nemijlocit în activități de preparare, prelucrare, comercializare și/sau păstrare a produselor alimentare și/sau băuturilor pentru consum în cadrul unităților comerciale.

- pregătire profesională în activități de întreținere corporală și în domeniul igienei pentru persoanele implicate nemijlocit în activități de întreținere corporală, coafură și în alte activități de înfrumusețare.

Legea prevede că persoanele menționate au pregătirea profesională necesară, în cazul în care corespund cel puțin uneia din următoarele condiții:

- a) au absolvit instituții de învățământ superior sau profesional tehnic, după caz, în domeniul comerțului, alimentației publice, activităților de întreținere corporală, coafură și în alte activități de înfrumusețare sau în domeniul igienei;

- b) au absolvit cursuri de instruire specializată, după caz, în domeniul alimentației publice, activităților de întreținere corporală, coafură și în alte activități de înfrumusețare sau în domeniul igienei, desfășurate de autoritățile publice, asociații sau persoane juridice.

Totodată, se prevede că cerințele și condițiile pentru efectuarea examenelor medicale la angajare și a examenelor periodice pentru angajații unităților comerciale se aplică în conformitate cu prevederile Legii nr. 10/2009 privind supravegherea de stat a sănătății publice.

Actualmente, pregătirea cadrelor în domeniul merceologiei și comerțului se realizează în două instituții de învățământ superior – Academia de Studii Economice din Moldova (ASEM) și Universitatea Cooperatist-Comercială (UCCM), însă statistica denotă reducerea considerabilă a interesului către această specialitate, astfel încât ultimii doi ani la UCCM nu au fost cereri pentru specializările respective, iar la ASEM, numărul acestora este în descreștere. Astfel, numărul de absolvenți la specializarea merceologie și comerț la ASEM, a constituit în 2018-40 persoane, în 2019-28, 2020-12, 2021-doar 5 și 2022-19 studenți.

Exemplul altor instituții de învățământ secundar profesional și mediu de specialitate (colegii) confirmă trend descendent. Astfel, Colegiul Național de Comerț al ASEM a avut în 2022 - 44 absolvenți la specializare comerț și 22 la merceologie, în comparație cu anul 2020 când au fost 56 și 35 absolvenți respectiv.

La colegiul cooperatist din Moldova, specializarea comerț, au absolvit în 2022 - 92 persoane și la merceologie-36, cifrele respective fiind menținute la același nivel ultimii 3 ani.

În cazul școlii profesionale din Bubuieci statistica ne demonstrează, că la meseria vânzător produse alimentare și vânzător, ultimii doi ani nu au fost niciun absolvent, (anii precedenți fiind circa 20 de persoane) iar la meseria controlor-casier, numărul acestora s-a micșorat de la 37 în 2019 până 21 absolvenți în 2022.

Astfel, se simte insuficiența lucrătorilor profesioniști în domeniul vizat, lipsa parteneriatului între mediul academic și cel de afaceri în pregătirea cadrelor. În plus, programele de studii necesită a fi ajustate noilor tehnici și practici comerciale.

Programul de studii „Merceologie și Comerț” este destinat formării specialiștilor pentru activități ce se referă la managementul activității comerciale, organizarea achiziționării și comercializării mărfurilor alimentare și nealimentare.

Curriculumul în cadrul instituțiilor de învățământ include o gamă largă de discipline aferente acestor specialități, cum ar fi: organizarea și tehnologia comerțului, fundamentele merceologiei, merceologia diverselor mărfuri, activitatea comercială, logistica, comerț internațional, comerț on-line, protecția consumatorului, expertiza mărfurilor etc. În cadrul școlilor profesionale se predau numeroase module, cum ar fi: pregătirea vânzătorului pentru activitatea profesională, organizarea activității comerciale, vânzarea diverselor mărfuri, comunicarea profesională, administrarea mărfurilor, organizarea vânzării etc.

La finele studiilor, în baza acestui program, specialiștii pot activa în domeniile evaluării calității și sortimentului produselor în sfera producerii și în sfera circulației mărfurilor pentru satisfacerea necesităților producătorului și comerțului și cerințelor consumatorului.

Conform Legii nr. 231/2010, organele centrale și autoritățile administrației publice locale, asociațiile profesionale și persoanele juridice interesate pot organiza cursuri de pregătire și perfecționare profesională în domeniul comercializării produselor și serviciilor conform legislației în vigoare.

Cele expuse denotă un deficit foarte acut de personal calificat în sfera comerțului. Soluționarea problemei impune revizuirea strategiei în domeniul pregătirii profesionale, implicit examinarea oportunității implementării principiului obligativității studiilor în domeniu pentru persoane care activează în comerț, concomitent cu actualizarea formelor de instruire și a programelor, standardelor de pregătire profesională, care necesită a fi ajustate la noile condiții ale pieței și tehnicile de comerț.

Acest proces poate fi realizat prin implicarea instituțiilor de învățământ superior și mediu de specialitate cu profil economico-comercial în organizarea studiilor comerciale și autorităților publice responsabile, precum și în cooperare cu antreprenori.

Totodată, un rol important în perfecționarea profesională poate reveni organizațiilor care oferă instruire în domeniul antreprenorialului, precum Centrul de formare antreprenorială în cadrul CCI a RM etc.

Tematica cursurilor poate fi axată pe pregătirea lucrătorului în comerț ce include, printre altele, organizarea cadrului general de organizare a activității unităților de comerț, efectuarea vânzării, prezentarea produselor, serviciile aferente vânzării, promovarea magazinului, menținerea și verificarea stocurilor, vânzările, întocmirea documentelor specifice, aspecte financiare, etica și comunicarea precum și raportarea activității.

Instruirea inițială este necesar a fi completată cu seminare de perfecționare continuă, în special în contextul operării de modificări în regulile de comerț și legislația aferentă.

De asemenea, situația poate fi îmbunătățită și prin implicarea tinerilor specialiști în procesul de învățământ dual. Învățământul dual este o formă de organizare a învățământului profesional tehnic și/sau universitar în cadrul căruia instruirea teoretică se realizează în instituția de învățământ profesional tehnic, iar cea practică – la unitate/agentul economic.

Prin învățământul dual, agentul economic are posibilitatea de a participa la pregătirea forței de muncă în conformitate cu necesitățile proprii, la selectarea elevilor în procesul de desfășurare a concursului de admitere, la evaluarea competențelor elevilor la finalizarea programului de formare profesională, alegerea celor mai buni candidați după încheierea perioadei de instruire, în vederea angajării.

De asemenea, reprezintă o bună practică organizarea instruirilor interne de către companii. Drept exemplu sunt marele rețele de comerț care au programe interne proprii de instruire online și evaluarea cunoștințelor persoanelor angajate.

Un rol important în sprijinirea și promovarea perfecționării profesionale revine autorităților publice locale. Astfel, la nivel local din bugetul autorităților municipale pot fi promovate programe de instruire. Costurile financiare pentru aceste programe pot fi estimate și planificate anual în bugetul autorităților municipale. De asemenea, pot fi elaborate programe de cofinanțare a costurilor agenților economici direcționate spre perfecționarea profesională a angajaților săi.

Un alt aspect semnalizat de consumatori, suplimentar la pregătirea profesională a vânzătorilor, este și cel al respectării normelor de etică și conduită. În lipsa standardelor minime de comportament pentru vânzători, acest domeniu des constituie obiectul nemulțumirilor din partea consumatorilor.

Din lipsa informației și a cunoștințelor despre caracteristicile de consum a produselor, vânzătorii acordă uneori consultații greșite, nu creează comodități pentru oferirea produselor, manifestă un comportament neadecvat în comunicarea cu consumatorii, nu cunosc codul de etică în relațiile cu consumatorii.

În aceste context, se propune elaborarea de către autoritățile locale a unui Cod de conduită – model a comerciantului (vânzătorului) care să fie recomandat spre implementare tuturor comercianților și adus la cunoștința consumatorilor.

Codul va cuprinde un set de principii privind comunicare cu consumatorii, printre care: personalul trebuie să demonstreze profesionalism, corectitudine și obiectivitate în relațiile cu consumatorii, onestitate, încredere, integritate și să asigure servicii de calitate în beneficiul clienților. Să aibă o ținută vestimentară decentă, care să reflecte respectul față de consumator, colegi și să nu discrediteze imaginea unității comerciale pe care o reprezintă. Să aibă un stilul de comunicare calm, nu agresiv și nu intruziv. Să nu folosească un limbaj obscen.

Codul de conduită urmărește stabilirea standardelor de comportament, măsuri care asigură că vânzătorul acționează în cel mai bun interes al clienților, respectă politicile companiei în care activează, și înțelege consecințele oricăror încălcări ale Codului.

4. Protecția drepturilor consumătorilor.

Respectarea drepturilor consumătorilor contribuie la dezvoltarea mai eficientă a pieței și economiei în general, și, drept urmare, capacitatea consumatorilor și protejarea eficientă a siguranței și a intereselor lor economice trebuie să fie un obiectiv prioritar în domeniul comerțului interior.

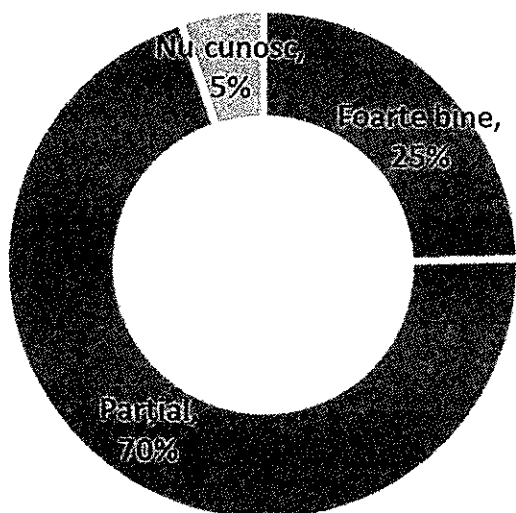


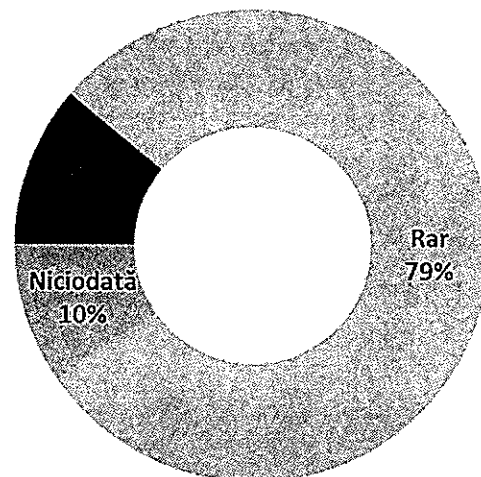
Figura 13. Nivelul de cunoaștere de către cetățenii mun. Chișinău a drepturilor consumătorului

Cât de bine își cunosc drepturile consumatorii municipiului Chișinău. Datele statistice și rezultatele *sondajului* realizat denotă că din totalul cetățenilor municipiului Chișinău participanți la sondaj, majoritatea sau 70% cunosc parțial drepturile consumătorului. Totodată, 25 la sută din respondenți au indicat cunoașterea foarte bună a acestora și doar 5% din respondenți nu

cunosc drepturile sale în calitate de consumatori (Figura 13).

Figura 14. Ponderea antreprenorilor care recepționează sugestia/plângeri din partea consumatorilor

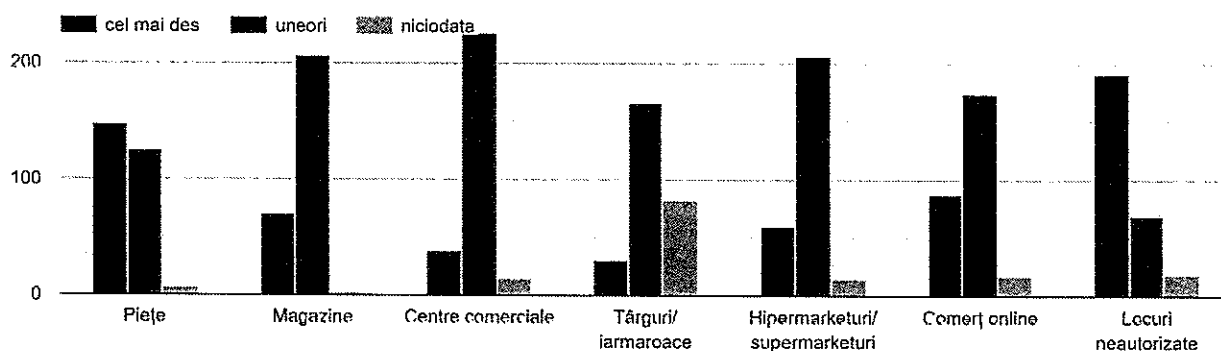
Majoritatea întreprinderilor participante la sondaj, 79% rar recepționează sugestia/plângeri din partea consumatorilor. Totodată, doar 10% nu au primit reclamații iar 11% recepționează des sugestia sau plângeri din partea consumatorilor (Figura 14).



Conform datelor *sondajului*, locațiile unde conform consumatorilor, cel mai des se depistează mărfuri/servicii necalitative, sunt locuri neautorizate, după care urmează piețe și comerț online. Consumatorii depistează neconformități doar uneori în centre comerciale, hipermarketuri și magazine. (Figura 15)

Cu toate acestea, cetățenii consideră că cele mai calitative produse pot fi procurate în târguri/iarmaroace, unde majoritatea respondenților niciodată nu a întâlnit mărfuri necalitative.

Figura 15. În opinia dvs. în ce locații cel mai des se depistează mărfuri/servicii necalitative?



Consumatorii sunt afectați de practicile comerciale neloiale, practicile precum vânzarea agresivă, publicitatea înșelătoare etc. În conformitate cu noile modificări la Legea nr. 231/2010 cu privire la comerțul interior, au fost transpuse norme ce țin de practicile comerciale neloiale ale întreprinderilor de pe piața internă față de consumatori. Cu toate acestea, este prematur să vorbim despre impactul acestor reglementări noi, care nu sunt încă suficient de bine cunoscute atât de comercianți cât și de consumatori.

Cadrul normativ și cel instituțional în domeniul protecției consumatorilor este prevăzut în Legea nr.105/2003 privind protecția consumatorului, conform căreia mai multe organe centrale de specialitate sunt împuternicite cu funcții în domeniul respectiv.

Astfel, Inspectoratul de Stat pentru Supravegherea Produselor Nealimentare și Protecția Consumatorilor (ISSPNPC) coordonează la nivel național controlul respectării legislației cu privire la protecția consumatorilor, având statut de punct de contact național.

ISSPNPC dispune de competențe în domeniul produselor nealimentare și serviciilor (inclusiv turistice), metrologiei și produselor preambalate, jocurilor de noroc; Agenția Națională pentru Siguranța Alimentelor (ANSA), în domeniul alimentar, la toate etapele lanțului alimentar; Agenția Națională pentru Sănătate Publică (ANSP), în domeniul produselor medicamentoase, farmaceutice și para farmaceutice; Agenția Națională Transport Auto (ANTA), în domeniul transportului rutier, și multe alte instituții în diferite domenii.

Conform datelor ISSPNPC, pe parcursul anului 2022 instituția a înregistrat și examinat 1852 petiții cu privire la conformitatea produselor/serviciilor (în 2021-1403 petiții și în 2020-1400 petiții).

La linia telefonică a consumatorului (call-centrul) au fost înregistrate 6437 apeluri telefonice (din care 4812 la Chișinău). Cel mai des consumatorii au semnalat diverse încălcări admise de comercianți, în privința produselor nealimentare, serviciilor prestate, regulilor de comerț, produselor alimentare, domeniul metrologic (înșelare la volum/pompă/neeliberarea registrului de reclamații), serviciilor alimentație publică, etc.

În urma examinării, au fost soluționate 1320 reclamații, iar 532 au fost readresate altor autorități, conform competențelor. Pe cale amiabilă, de către agenții economici au fost soluționate 94 (7%) petiții, respectiv înregistrate 94 cazuri de succes, inclusiv: restituirea contravalorii produsului/serviciului necorespunzător - 75 cazuri; înlocuirea/remedierea gratuită a deficiențelor produsului - 19 cazuri.

Cel mai des se depun reclamații în legătura cu prestarea serviciului neconform, implicit servicii comunale, imobiliare, turistice, de agrement, reparația electronicelor și electrocasnicelor, servicii transport, foto, frizerii, servicii medicale și alte. După care urmează reclamații privind produse nealimentare neconforme, încălcarea regulilor de comerț, produse alimentare, inclusiv servicii alimentație publică.

ANSA, pe parcursul anului 2022, a înregistrat și a examinat 948 petiții (în 2021 – 1852, în 2020 - 555, în care consumatorii reclamau diverse încălcări, inclusiv: servicii prestate neconform; practici comerciale incorecte, înșelătoare; refuz de a fi deservit, înșelare; produse neconforme (diverse alimentare), inclusiv: cu termenul de valabilitate expirat; marcate necorespunzător; data fabricării modificată; lipsa documentelor de proveniență și calitate a produselor; nerespectarea condițiilor de păstrare a produselor etc.

Este de menționat, că în unele cazuri, mărfurile industriale sunt prezentate spre expertiza independentă, care se efectuează de către experții – evaluatori ai Camerei de Comerț și Industrie a RM (CCI). CCI activează în baza Legii nr. 393 din 13.05.1999, din inițiativa persoanelor interesate, prestează servicii privind efectuarea expertizelor în domeniul industriei și comerțului, exercită controlul calității și cantității mărfurilor, inclusiv a materiei prime și utilajului, prestează alte servicii specifice.

Numai în anul 2022, la cererea agenților economici sau a consumatorilor, CCI a efectuat peste 250 expertize pentru mărfurile care trezesc motiv de dispută între producător/vânzător și consumator. Mărfurile cele mai des expuse expertizării sunt: încălțăminte și articolele de îmbrăcăminte, mărfurile de uz casnic (frigidere, cuptoare electrice, mașini de spălat haine, fierbătoare de apă, hote, aparate de cafea), telefoane mobile, televizoare, calculatoare, trotinete, articole de juvauere (inele, lănișoare, cercei), mobila, etc.

Cu toate că rolul de protecție a drepturilor consumatorilor revine autorităților publice, realizarea acestor drepturi impune în primul rând respectul între comerciant și client, în calitatea lui de consumator.

Pentru a spori nivelul de protecție, contribui la protejarea sănătății, a siguranței și a intereselor economice ale consumatorilor, autoritățile și comercianții trebuie să sprijine măsurile de informare și educare și să ofere instrumente eficiente de protejare a intereselor cetățenilor. Astfel, protecția consumatorilor trebuie integrată în practic toate domeniile de activitate relevante comerțului interior: siguranța alimentară, sănătatea publică, concurența, comerțul electronic etc.

Este important de a consolida eforturile autorităților locale în special pentru a respecta drepturile și interesele legitime ale consumatorilor, scopul final fiind protejarea consumatorilor împotriva riscului de a achiziționa și folosi produse de calitate dubioasă, asigurarea accesului la informație despre produsele care le-ar putea pune în pericol sănătatea, încurajarea consumatorilor să protejeze drepturile sale.

În Republica Moldova sunt înregistrate mai multe asociații obștești ce promovează și protejează drepturile și interesele legitime ale consumatorilor, care de asemenea participă la dezvoltarea cadrului normativ în domeniu și anume: Asociația Obștească „PRO CONS”, Asociația Obștească „PROTECȚIA CONSUMATORILOR”, Asociația Obștească „Centrul Național pentru Protecția Consumatorilor”.

Autoritățile locale, în cooperare cu organele de control și asociațiile profesionale, ar putea consolida eforturile comune și implementa programe complexe cu impact asupra cetățenilor, dar și mediului concurențial, în general.

5. Activitatea piețelor, târgurilor și iarmaroacelor

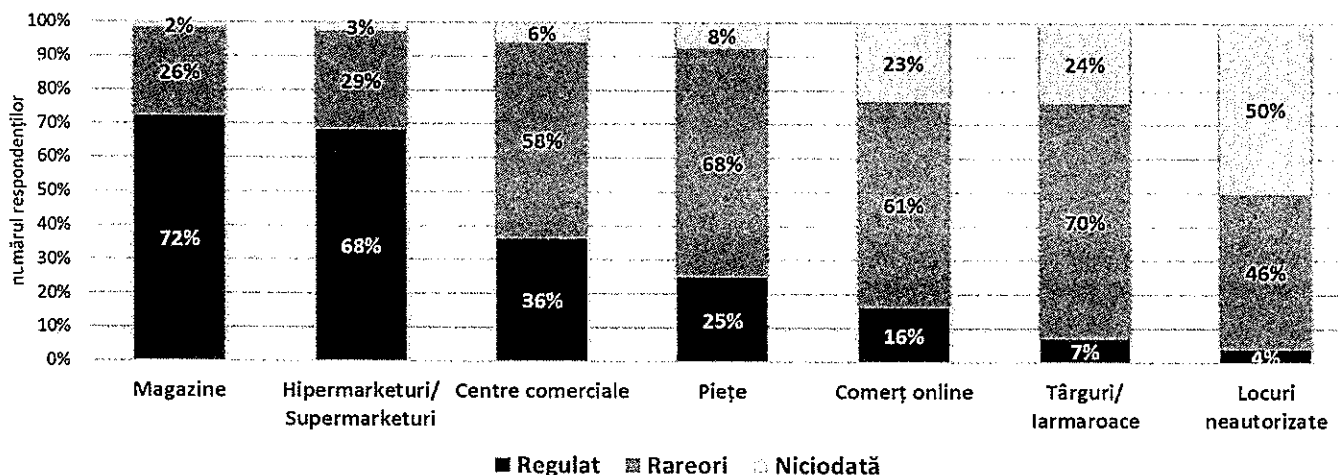
Conform rezultatelor *sondajului* realizat în rândul consumatorilor, preferințele acestora indică asupra tendinței de a face cumpărături mai des și regulat în magazine și hipermarket/supermarket, în defavoarea piețelor, târgurilor/iarmaroacelor.

Schimbări în comportamentul consumatorilor și preferințele acestora indică asupra tendinței de creștere a numărului de vizitatori ai centrelor comerciale moderne, în defavoarea piețelor agricole și industriale tradiționale.

Din totalul cetățenilor participanți la sondaj, 72% preferă să facă cumpărături din magazine, iar 68% din hipermarketuri/supermarketuri. Mai puțin sunt accesate piețele - de către

68% respondenți, centrele comerciale - de către 58% din respondenți, comerțul online - de către 61% din respondenți și târgurile sau iarmaroacele de către 70% din respondenți. Totodată, 50% din respondenți nu fac cumpărături din locurile neautorizate, 24% din respondenți evită târgurile și iarmaroacele, iar 23% evită comerțul online (Figura 18).

Figura 18. Locațiile preferate de populație pentru cumpărături



În acest context, pentru a menține atractivitatea piețelor, administrația acestora este nevoită să dezvolte infrastructura și facilitățile, pentru a livra produsele mai eficient consumatorilor, dar și să asigure condiții de muncă confortabile comercianților.

O forma de comerț focusată pe promovarea producătorilor autohtoni de produse agroalimentare, bunuri manufacturate, dar și produse tradiționale și artizanale sunt târgurile și iarmaroacele, organizate în sectoarele capitalei, pe amplasamentele stabilite de către preturile de sector, aprobate prin dispoziția Primarului General.

Acestea au loc periodic și adună la un loc producători locali, artizani și comercianți pentru a oferi o varietate de produse și servicii. Aceste evenimente pot avea tematici diverse, de la alimente și băuturi la produse hand made și artizanale. În timpul acestor evenimente, oamenii au ocazia să își expună creațiile și să interacționeze cu publicul.

Conform Legii nr. 231/2010 cu privire la comerțul interior, activitatea respectivă se desfășoară pentru o perioadă de maximum 35 de zile consecutive. Accesul comercianților la evenimente se permite în baza înștiințării de recepționare sau a permisului de acces, emis de autoritatea administrației publice locale în cazul evenimentelor desfășurate fără depunerea notificării

Atât târgurile, cât și iarmaroacele sunt o modalitate excelentă de a descoperi cultura locală, meșteșugurile tradiționale și produsele unice ale Moldovei.

Cu toate acestea, comercianții consideră că procedurile de autorizare pentru târguri necesită a fi simplificate. Astfel, comercianții propun să fie introdusă o singură autorizație pentru întregul an calendaristic în cazul când târgurile se organizează săptămânal/lunar, conform unui grafic prestabilit, ceea ce va economisi din resursele antreprenorilor, dar și vor ușura activitatea autorității locale. Totodată, se solicită posibilitatea pentru participanții la diverse târguri, iarmaroace și evenimente organizate în Chișinău, să declare și să achite o singură taxă anuală. Comercianții propun ca producătorii să nu obțină permise de acces pentru fiecare eveniment în parte, dar să aibă opțiunea de a obține o autorizație pentru tot anul, pentru orice tip de eveniment organizat în Chișinău și confirmă participarea doar cu organizatorul evenimentului, nu și cu preturile de sector.

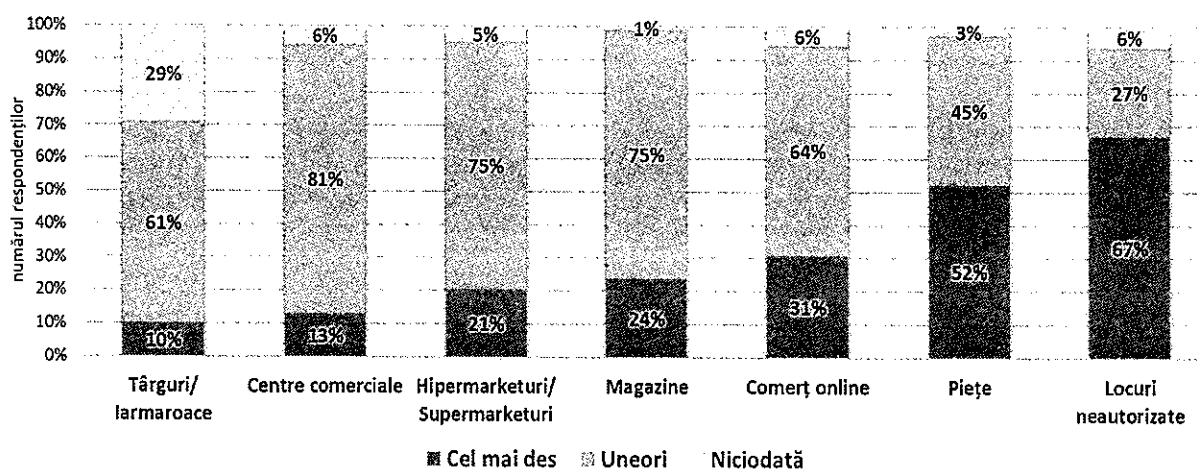
Altă simplificare se referă la prezentarea informațiilor la pretură despre participanți după eveniment, considerând că nu toți cei anunțați, din anumite motive justificative, nu se

prezintă la piață (motive climaterice, de familie, disponibilitate marfă), dar au deja permisul de acces emis. Lista prezentată post-eveniment va asigura date veridice și reale și va oferi comercianților mai multă flexibilitate. De asemenea, se propune scutirea de taxe locale pentru participanții din alte regiuni decât Chișinău.

Potrivit datelor colectate în urma *sondajului*, consumatorii manifestă o încredere mai mare în produsele achiziționate din târguri/iarmaroace, mai ales atunci când acestea sunt procurate direct de la producători.

Mai mult de jumătate din cetățenii participanți la *sondaj*: 67% consideră că cel mai des se depistează mărfuri/servicii necalitative în locurile de comerț neautorizate, 52% - în piețe (Figura 19). Totodată, majoritatea consumatorilor (75-81% din respondenți) consideră că uneori bunuri de proastă calitate se pot întâlni în centrele comerciale, hiper/supermarkete și magazine. Foarte puțini respondenți (de la 1- până la 6% din nr. total) nu au identificat mărfuri de proastă calitate în aceste unități comerciale, cu excepția târgurilor și iarmaroacelor, unde 29% din respondenți niciodată nu au procurat bunuri necalitative.

Figura 19. Clasificarea locațiilor în funcție de frecvența depistării mărfurilor/serviciilor necalitative



Analiza detaliată a locațiilor în care cetățenii municipiului cel mai des se depistează mărfuri/servicii necalitative denotă următoarele:

- În piețe: 52% din respondenți au depistat cel mai des mărfuri/servicii necalitative. Totodată, 45% din respondenți doar uneori au procurat mărfuri necalitative din piețe, pe când 3% din totalul respondenților, au procurat doar mărfuri calitative din acest tip de unitate comercială.
- În magazine: 24% din respondenți au depistat că cel mai des mărfuri/servicii necalitative. Totodată, 75% din respondenți doar uneori au procurat mărfuri necalitative din magazine, pe când 1% din totalul respondenților au procurat doar mărfuri calitative din acest tip de unitate comercială.
- În centre comerciale 13% din respondenți au depistat cel mai des mărfuri/servicii necalitative. Totodată, 81% din respondenți doar uneori au procurat mărfuri necalitative din centre comerciale, pe când 6% din totalul respondenților au procurat doar mărfuri calitative din acest tip de unitate comercială.
- În târguri/iarmaroace, doar 10% din respondenți au depistat cel mai des mărfuri/servicii necalitative. Totodată, 61% din respondenți doar uneori au procurat mărfuri necalitative din târguri/iarmaroace, pe când 29% din totalul respondenților, au procurat doar mărfuri calitative din acest tip de unitate comercială.

- În hipermarketuri/supermarketuri: 21% din respondenți au depistat cel mai des mărfuri/servicii necalitative. Totodată, 75% din respondenți doar uneori au procurat mărfuri necalitative din hipermarketuri/supermarketuri, pe când 5% din totalul respondenților au procurat doar mărfuri calitative din acest tip de unitate comercială.
- În comerț online: 31% din au depistat că cel mai des mărfuri/servicii necalitative. Totodată, 64% din respondenți doar uneori au procurat mărfuri necalitative prin intermediul comerțului online, pe când 6% din totalul respondenților au procurat online doar mărfuri calitative.
- În locuri neautorizate 67% din respondenți au depistat că cel mai des mărfuri/servicii necalitative. Totodată, 27% din respondenți doar uneori au procurat mărfuri necalitative din locuri neautorizate, pe când 6% din totalul respondenților, au procurat doar mărfuri calitative pe această cale.

6. Managementul deșeurilor în activitatea de comerț în mun. Chișinău.

Managementul deșeurilor colectate de la agenții economici, care practică activitatea de comerț în mun. Chișinău, implică un set de procese și regulamente pentru colectarea, transportul, tratarea și eliminarea adecvată a deșeurilor generate de activitățile comerciale. Acest proces este esențial pentru protejarea mediului înconjurător, sănătatea publică și pentru conformitatea cu legislația de mediu.

În contextul creșterii numărului de unități comerciale care sunt preocupate de vânzarea mărfurilor și deservirea consumatorilor, volumul și diversitatea deșeurilor generate a crescut enorm. În pofida unui cadru legal existent în domeniu, gestionarea necorespunzătoare a deșeurilor în ultima perioadă afectează și amenință mediul, și contribuie la emiterea emisiilor globale de gaze cu efect de seră.

Deșeurile de la agenți economici din activitatea de comerț, reprezintă, în cea mai mare parte, deșeuri reciclabile (hârtie/carton, plastic, sticlă) și într-o măsură mai mică metal, iar cele din piețe cuprind în proporție de circa 70% deșeuri biodegradabile, care în cea mai mare parte le revin deșeurilor alimentare.

Întreprinderea Municipală Regia „Autosalubritate” este operatorul responsabil de colectarea și transportarea deșeurilor menajere la gunoiștea municipală. Sunt și câțiva agenți economici privați care evacuează deșeurile, dar volumele sunt ne semnificative.

Fiecare agent economic încheie un contract privind evacuarea și transportarea deșeurilor. ÎM furnizează containere speciale pentru colectarea deșeurilor solide, precum hârtie, carton, plastic, sticlă și alte materiale reciclabile, precum și pentru deșeurile non-reciclabile. În conformitate cu prevederile Legii nr.209/2016 privind deșeurile, colectarea separată a deșeurilor este obligatorie. Colectarea în amestec a deșeurilor limitează posibilitatea ulterioară de reciclare și tratare.

În unele cazuri agenți economici refuză să semneze contracte. Aceștia nu vor să plătească, motivând că nu generează deșeuri. Dacă nu sunt convinși să încheie contracte, se sesizează Pretura să discute și să le explice.

Conform datelor Regiei „Autosalubritate”, volumul evacuării zilnice (în m³) a deșeurilor, provenite din activitatea comercială constituie 2 200 m³.

Concomitent, agenții economici trebuie să faciliteze separarea deșeurilor, astfel încât materialele reciclabile să fie separate de cele nereciclabile. De cele mai multe ori separarea deșeurilor nu se respectă, în tomberoanele pentru reciclabile nimeresc și alte deșeuri, care sunt transportate la Fabrica de sortare „ABS”, unde toate deșeurile generate în mun. Chișinău, trec printr-o sortare automată și manuală.

Interdicțiile și cerințele privind salubritatea și gestionarea deșeurilor de către unitățile de comerț din mun. Chișinău sunt reglementate de pct. 3.4 al Regulamentului cu privire la salubritatea teritoriului și menținerea ordinii sanitare în mun. Chișinău, aprobat prin Decizia 4/11 din 05.12.2000 și anume: „Agenții economici care desfășoară activități comerciale și de prestări servicii în raza municipiului Chișinău au următoarele obligații: să asigure colectarea, depozitarea și transportarea deșeurilor rezultate din activitatea de comerț în conformitate cu legislația privind gestionarea deșeurilor”.

De asemenea, în scopul prevenirii generării deșeurilor în conformitate cu prevederile art. 3, precum și al evitării poluării mediului, se interzice distribuirea gratuită a pungilor din plastic restricționate prin art. 20¹ alin. (1)–(3) din Legea nr. 231/2010 cu privire la comerțul interior, cu excepția celor biodegradabile.

Primăria Municipiului Chișinău și Î.M. Regia „Autosalubritate” depun maxim efort în vederea identificării și implementării a noi Proiecte/Programe de calitate, care să îmbunătățească sistemul de sortare, colectare și transportare a deșeurilor municipale, respectiv să permită păstrarea unui oraș și mediu înconjurător curat și frumos.

Trebuie să menționăm faptul că cel mai bun mod de a controla deșeurile comerciale este de a recicla cât mai mult posibil. Acest lucru este, de asemenea, eficient datorită costurilor reduse pentru agenții economici, deoarece va costa mai puțin și este mai bine de reciclat din punct de vedere al mediului, decât de aruncat deșeurile la groapa de gunoi.

Totuși, lipsa piețelor locale pentru produsele reciclabile reprezintă o limitare predominantă pentru ca activitatea de reciclare să se dezvolte în continuare.

7. Comerțul electronic.

Comerțul electronic este elementul indispensabil al comerțului, având impact puternic asupra distribuției, rentabilității producătorilor, asupra consumatorilor, în consecință asupra tuturor actorilor de pe scena vânzării cu amănuntul. Evoluția comerțului electronic este extrem de dinamică și practic transformă piața și afacerile.

e-Commerce reprezintă o soluție pentru comercianții care doresc să inițieze sau să-și extindă afacerea în mediul Internet și oferă mai multe avantaje, printre care: reducerea costurilor logistice; reducerea costului de procesare a informației, prin crearea unui site web cu funcția unui magazin virtual; accesibilitatea produselor/serviciilor unui public mai larg, inclusiv pe piețele internaționale; posibilitatea modelării produselor/serviciilor după nevoile cumpărătorilor; acceptarea plăților online etc.

Dacă până în 2015 în Republica Moldova practic nu a existat comerț online, acum avem o piață în creștere. Dezvoltarea comerțului online și a platformelor de comerț electronic a adus și mai multă diversitate și accesibilitate în sfera comerțului interior din mun. Chișinău. Interes sporit față de e-Commerce a apărut în perioada restricțiilor legate de pandemia COVID-19, când consumatorii au apelat mai des la cumpărături la distanță, iar comercianții au transformat afacerile în magazine cu platforme online.

Cu toate acestea, faptul că noi nu avem încă un e-Commerce ca fenomen în masă îl confirmă și cifrele. Datele *studiului* arată că în Republica Moldova ponderea comerțului electronic este de doar 4% din comerțul intern total. În țara vecină România, acest indicator este de patru ori mai mare. Cea mai rapidă dezvoltare în domeniul e-Commerce o au piețele din Europa de Est, care au înregistrat o creștere anuală de aproximativ 21%.

Totodată, conform studiului realizat de către *Asociația Națională de Marketing*, numărul de companii care utilizează platforme de comerț electronic în Republica Moldova în raport cu numărul de companii active în 2021 este mai mic de 1%. Astfel, doar 584 companii au implementat platforme e-Commerce. La moment, în municipiul Chișinău activează circa 670 magazine on-line și 300 unități de intermediari în comerț.

Categoriile preferate de cumpărături online sunt Electronice și Electrocasnice, Fashion & Beauty, Home & Deco, urmate de articole și accesorii pentru copii. Atunci când procură online din țară, 38,6% achită în numerar la livrare; 38,5% - cu cardul bancar la livrare; 20,4% online prin MPay, internet banking etc.

În ceea ce privește plățile fără numerar, acestea fac deja parte din comportamentul consumatorului un factor foarte important mai ales pentru piața de comerț electronic.

Conform datelor după vârstă, din rândul tinerilor 51,5% au spus că fac procurări de bunuri și servicii online, cei de vârstă de 30-44 de ani reprezintă 35,2%, de la 45 la 59 de ani – 16,2%, iar cei de 60 de ani și peste - 5%.

Totodată, conform datelor din sondajul economic și socio-politic realizat în anul 2022 prezentat de Institutul pentru Dezvoltare și Inițiative Sociale (IDIS) „Viitorul” și Centrul de Investigații Sociologice și Marketing „CBS Research” din Republica Moldova, circa 74% dintre moldoveni nu fac procurări online de bunuri și servicii. În același timp, alții 19% din respondenți au spus că fac uneori și doar 6% au spus că da.

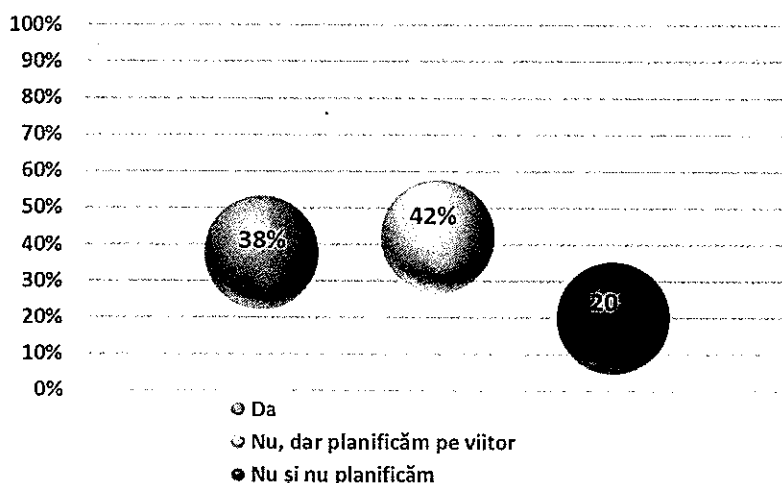


Figura 20. Practicarea comerțului online a întreprinderilor din mun. Chișinău

Conform rezultatelor *sondajului*, din totalul întreprinderilor participante la sondaj, 38 la sută practică comerțul electronic, 42 la sută intenționează efectuarea vânzărilor online în viitorul apropiat, iar 20% nu planifică organizarea comerțului electronic (Figura 20).

Totodată, unele din întreprinderile respondente au venit cu detalii aferente desfășurării comerțului electronic și au menționat că sunt necesare mai multe consultații și informație în domeniu, că există o neîncredere în succesul acestei activități, vânzările online nu sunt pentru produsele de consum curent, sau că sunt necesare investiții generoase și taxa este foarte mare pentru desfășurarea comerțului online.

Comerțul electronic în Republica Moldova reprezintă 4% din totalul comerțului intern, în timp ce media mondială este de 19%. Volumul anual pe cap de locuitor este de 155 euro, ceea ce este de circa 4 ori mai puțin decât în România.

Majoritatea tranzacțiilor de comerț electronic din Moldova sunt efectuate pe piața internațională, decât pe piața locală, ceea ce indică o preferință pentru cumpărăturile online din străinătate și necesitatea ca întreprinderile locale să se adapteze și să ofere mai multe oportunități clienților.

Dacă să vorbim nemijlocit de volumul pieței e-commerce în Moldova, acesta este estimat la o valoare de circa 320 mil. euro anual. În același timp, în România acest volum este de circa 6,5 mld euro, iar până la finele anului se așteaptă ca volumul să sporească până la 7 mld. Euro. Totuși studiile arată că există un potențial de creștere foarte mare pentru perioada următoare în Republica Moldova, prognozele arătând că în următorii 3 ani această cifră poate să crească de 5 ori.

Conform datelor *Industry Head & Retail Lead, Google*, în ultimele 12 luni au crescut căutările de mărfuri/servicii efectuate de moldoveni pe internet cu 25%, dintre care 70% din

căutări sunt efectuate de pe dispozitivele mobile. În același timp, nu există o sursă unică de colectare a datelor privind comerțul electronic din Moldova, de cele mai multe ori majoritatea cifrelor sunt bazate pe diferite studii realizate de anumite asociații profesionale.

În Republica Moldova, comerțul electronic este reglementat de Legea nr. 284/2004 privind comerțul electronic, iar Codul civil acordă o atenție sporită regimului juridic al contractelor la distanță și al contractelor încheiate în afara spațiilor comerciale.

Cu toate acestea, comerțul electronic în Republica Moldova reliefează și o serie de probleme, cum ar fi comisioanele înalte percepute de operatori și lipsa unei transparențe totale, generată inclusiv de achitățile în numerar la livrare. Dincolo de acestea, sunt însă și multe oportunități de dezvoltare nevalorificate.

De menționat, că în vederea susținerii comerțului electronic, la nivel de municipiu pentru magazinele online și unitatea de comerț electronic care au notificat pentru prima dată activitatea, se aplică o scutire în mărime de 50% față de taxa locală stabilită, pe parcursul primului an de activitate.

8. Dialog public-privat la nivel local.

Colaborarea productivă între mediul de afaceri și autoritățile locale este unul dintre factorii cheie pentru dezvoltarea economică la nivel local. În situația în care platformele de dialog public-privat la nivel național sunt bine dezvoltate și aduc rezultate, cele de la nivel local rămân nevalorificate.

Necesitatea consolidării dialogului este recunoscută și susținută de ambele părți, atât de autoritățile mun. Chișinău, cât și de către antreprenori, facilitând în consecință schimbul de idei, experiențe și soluții în vederea abordării problemelor locale.

Autoritățile locale din mun. Chișinău au inițiat și lansat câteva instrumente pentru a facilita dialogul cu antreprenorii locali. Astfel, în anul 2018 a fost creat Consiliul economic pe lângă Primăria Municipiului Chișinău, iar în anul 2022 a fost creat Consiliul consultativ economic, financiar și business social-responsabil pe lângă Primarul General al mun. Chișinău.

Conform regulamentelor, consiliile respective au calitate de organ consultativ, având misiunea de a facilita dialogul în vederea dezvoltării unui climat socio-economic favorabil și a unui mediu de afaceri nondiscriminator, transparent și favorabil investițiilor în mun. Chișinău.

Ședințele consiliilor au fost convocate în vederea consultării proiectelor importante, precum taxele locale. Cu toate acestea, din partea mediului de afaceri se observă un interes scăzut în procesul de consultare a inițiativelor autorităților locale. Astfel, statutul și formatul de lucru al acestor structuri nu s-a valorificat pe deplin, ceea ce denotă necesitatea extinderii Platformelor și abordarea unei strategii de comunicare pro-business.

De asemenea, a fost creată Comisia municipală pentru consultări colective și negocieri în domeniul comerțului, iar mediul de afaceri a fost susținut de Primărie în vederea instituirii patronatului în comerț/alimentația publică, fiind înregistrată în 2015 Uniunea de Persoane Juridice „Asociația Piețelor și Centrelor Comerciale”.

Un alt exemplu de consolidare a dialogului reprezintă Acordul de Colaborare semnat între Primăria Municipiului Chișinău și Camera de Comerț și Industrie a Republicii Moldova (CCI a RM), ca instituție care reprezintă interesele mediului de afaceri din Moldova.

Conform Acordului semnat în anul 2020 și luând în considerare interesul reciproc în dezvoltarea potențialului economic al municipiului, crearea unui sistem eficient de parteneriat public - privat pentru creșterea competitivității și a atracției investiționale a municipiului, CCI a RM și Primăria au convenit să realizeze mai multe activități în comun, printre care: oferirea sprijinului și asistenței reciproce, în mod participativ, la promovarea și punerea în aplicare a proiectelor de dezvoltare social-economică, investiții și inovare, programe de dezvoltare pe

termen lung, prioritar pentru dezvoltarea integrată a municipiului; simplificarea procedurilor administrative; cooperare în domeniul activității expoziționale; punerea în aplicare a proiectelor educaționale comune pentru îmbunătățirea sistemului de formare, recalificare și dezvoltare a competențelor în vederea creșterii nivelului ocupării forței de muncă a municipiului etc.

Conform rezultatelor *sondajului* și discuțiilor cu antreprenorii, practic toți au menționat necesitatea relansării dialogului și a asigurării continuității și durabilității acestuia.

Practicile naționale și internaționale în domeniu indică asupra unor factori de succes pentru o astfel de platformă de dialog public-privat care includ: voința autorităților; angajamentul părților interesate; dezvoltarea încrederii reciproce; mandat și obiective clar definite, implicarea unui facilitator neutru; rezultate concrete inclusiv pe termen scurt (short wins) și comunicare transparentă.

La etapa instituirii unei Platforme de dialog public-privat în domeniul comerțului interior municipal, se propun a fi considerate următoarele aspecte:

Cu referire la format - pot fi considerate două abordări diferite: dezvoltarea/reorganizarea dintr-o structură deja existentă, sau crearea unei structuri noi conform bunelor practici existente. Varianta optimă va depinde de resursele și capacitățile disponibile. În acest context, este important să se ia în considerare faptul că autoritățile se confruntă adesea cu resurse și capacități limitate, în același timp sectorul privat este ocupat în mare parte cu activități operaționale și nu are suficient timp pentru a se implica în organizarea activității unei platforme de dialog.

Mai multe recomandări indică asupra oportunității implicării unui facilitator extern, care poate fi în rol de mediator și contribui la atenuarea riscurilor asociate cu statutul unei părți predominante.

Experiența națională a demonstrat că astfel de platforme sunt eficiente și cel mai important au durabilitate atunci când sunt administrate de o organizație neutră cu experiența în domeniu, care încurajează părțile interesate să intre în dialog și totodată, asigură și partea organizatorică. În acest sens, asumarea rolului de facilitator de către o asociație neguvernamentală reprezintă o garanție a durabilității unui astfel de dialog la nivel local.

În lipsa unui astfel de suport din partea neutră, platforma riscă să se transforme în formalitate, cu interes scăzut din partea businessului, iar impactul unor modificări circumstanțiale, pot duce la stoparea mecanismului în general.

Drept exemplu de bune practici poate servi Platforma Comitetelor pentru Antreprenariat Sectoriale ale CCI a RM: agricultură, industrie, sfera serviciilor, care au fost instituite în anul 2015. Anual pe Platforma comitetelor CCI a RM se organizează circa 20-25 ședințe în care sunt discutate proiecte de acte normative, politici de dezvoltare a sectoarelor economiei naționale și dezbătute alte subiecte de interes major pentru mediul de afaceri.

În acest context, crearea unui nou Comitet sectorial pentru Comerț Interior în care CCI a RM își va asuma rolul de facilitator, secretariat și promotor al dialogului transparent, poate fi considerată o opțiune reușită.

În ceea ce privește statutul platformei, este important formularea unui mandat clar și identificarea unor obiective comune. Doar în aceste condiții va putea fi asigurată crearea unui mediu de lucru propice între toți participanții. Obiectivele și așteptările de la acest dialog trebuie să fie realiste, ori așteptările exagerate sau nerezonabile pot compromite procesul.

Reieșind din cele expuse, se propune a fi creată Platforma de dialog public-privat în domeniul comerțului interior municipal (în continuare – Platforma), ca organ consultativ, având ca scop consolidarea parteneriatului dintre sectorul privat și autoritățile publice locale, în vederea îmbunătățirii mediului de afaceri, a climatului investițional și sporirii transparenței procesului decizional la nivel local.

Prin activitatea sa, Platforma va contribui la atingerea următoarelor obiective prioritare: dezvoltarea unui dialog constructiv între sectorul privat și autoritățile publice locale; promovarea interacțiunii inclusive cu părțile interesate, ce au ca scop promovarea climatului de

afaceri și investițional atractiv și transparent; implementarea Agendei Locale de Business; contribuirea sectorului privat la procesul de elaborare a deciziilor din domeniile economic.

Totodată, se propune ca recomandările și propunerile formulate pe Platformă să se aprobe prin consens.

Ce ține de agenda /programul de acțiuni al Platformei, se propune ca aceasta să asigure printre altele, și monitorizarea implementării Strategiei „Comerț - 2030”. Suplimentar, la începutul anului, membrii Platformei vor fi invitați să vină cu propuneri privind subiectele ce urmează a fi incluse în programul anual de activitate.

O abordare incluzivă a componenței Platformei este factorul cheie de succes. Pentru astfel de Platformă la nivel local este benefic să se implice o gamă largă de părți interesate, precum: mediul de afaceri din diferite sectoare (comerț cu bunuri, servicii) și asociații ce reprezintă interesele anumitor sectoare de antreprenori (spre ex. HORECA, rețele de comerț, administratorii piețelor etc.)

Astfel, se propune o abordare bazată pe participarea voluntară și deschisă pentru întreprinderile din toate categoriile și domeniile de activitate.

Suplimentar, poate fi considerată invitarea partenerilor de dezvoltare care acordă asistență în domeniul aferent comerțului, susținerii producătorilor autohtoni, implementării standardelor de calitate, protecția consumătorilor, dezvoltarea infrastructurii etc.

Se propune ca membrii Platformei să se conducă de următoarele principii de bază:

- participarea benevolă la activitatea Platformei;
- contribuție activă a participanților;
- consolidarea colaborării cu partenerii de dezvoltare;
- luare de decizii prin consens;
- transparență în activitate.

Structura organizațională și regulile de procedură sunt elemente vitale în asigurarea eficacității pe termen lung a unei Platforme. Acesta este motivul pentru care funcțiile de organizare se propun a fi asigurate de un Secretariat permanent care să se ocupe de organizarea ședințelor și monitorizarea implementării recomandărilor.

Se propune ca ședințele să fie convocate trimestrial. Totodată, vor putea fi create grupuri de lucru tematice permanente sau temporare (ad-hoc).

Lucrările se vor consemna într-un proces verbal, iar recomandările și propunerile vor fi comunicate instituțiilor, conform competențelor funcționale și se vor aduce la cunoștința publicului prin publicarea acestora pe pagina web a Primăriei etc.

O provocare majoră pentru crearea Platformei este modul de a genera și de a menține activitatea pe termen lung pentru a susține angajamentul tuturor părților interesate implicate. O modalitate importantă de a face acest lucru este de a demonstra în mod concret că Platforma are un impact pozitiv și oferă beneficii pentru părțile interesate.

De asemenea, este binevenit dacă datorită Platformei, se va reuși obținerea unor rezultate rapide (short wins), ceea ce va consolida suportul pentru aceasta și va demonstra eficiența și performanța.

9. Analiza SWOT

Analiza situației în domeniu se completează cu Analiza SWOT (a punctelor tari, slabe, oportunități și amenințări). Principalele puncte forte și oportunități urmează a fi valorificate pentru a consolida capacitățile de implementare a Strategiei. Totodată, punctele slabe și amenințările urmează a fi atenuate prin acțiuni concrete.

Analiza SWOT a situației în domeniul comerțului interior.	
Puncte forte (S):	Puncte slabe (W):
<ul style="list-style-type: none"> - Cadrul normativ care reglementează inițierea și desfășurarea activităților din comerț interior actualizat. - Sistemul informațional operațional în domeniul comerțului interior. - Dezvoltarea și extinderea infrastructurii rețelelor de unități de comerț. - Reforma patentei de întreprinzător. - Implementarea procedurilor de licitații privind amplasarea unităților de comerț. - Documente strategice municipale care contribuie la dezvoltarea comerțului interior (Strategia de dezvoltare socio-economică și spațială durabilă; Strategia de dezvoltare durabilă a Capitalei: „Chișinău - Oraș Verde - Planificare Strategică a municipiului Chișinău”; Strategia de dezvoltare a turismului pentru perioada 2022-2026 „Chișinău – capitală turistică” Strategia Turism etc). 	<ul style="list-style-type: none"> - Lipsa analizei comparative a regulilor de comerț local cu practicile orașelor europene și din alte state. - Lipsa mecanismelor de perfecționare profesională a angajaților din comerț interior. - Infrastructura piețelor slab dezvoltată. - Nivelul scăzut de colaborare cu autoritățile publice centrale. - Imperfecțiunea sistemului informațional SIA GEAP în domeniul notificărilor în comerț - Ineficiența mecanismelor legale de prevenire a comerțului neautorizat stradal; - Autoritățile locale nu dețin competențe necesare pentru asigurarea verificării respectării regulilor de comerț de către comercianți și prevenirea comerțului neautorizat stradal. - Insuficiența instrumentelor eficiente de susținere și promovare a producătorilor autohtoni. - Implicarea insuficientă a mediului privat în proces de elaborare și consultare a reglementărilor în domeniul comerțului interior.
Oportunități (O):	Amenințări (T)
<ul style="list-style-type: none"> - Perfecționarea cadrului legal și armonizarea cu reglementările UE - Interconectarea Sistemul Informatic SIA GIAP cu alte sisteme și resurse informaționale ale autorităților publice cu atribuții în domeniul comerțului (Cadastru, Fisc, CSP, ANSA, etc), prestarea serviciilor publice calitative; - Stimularea producătorilor autohtoni în vederea promovării produselor autohtone pe piața internă de consum. - Creșterea numărului de participanți la comerțul electronic. - Oportunitatea atragerii partenerilor internaționali pentru implementarea proiectelor de asistență externă. - Dezvoltarea și aprofundarea relațiilor cu APL din orașe europene și alte state. - Dezvoltarea și consolidarea dialogului public-privat cu reprezentanții mediului de afaceri. - Dezvoltarea turismului în mun. Chișinău ceea ce creează noi oportunități pentru comerț prin creșterea cererii de produse și servicii. 	<ul style="list-style-type: none"> - Respingerea propunerilor și inițiativelor legislative ale APL de către autoritățile publice centrale. - Agravarea crizei economice, financiare la nivel de țară și regiune. - Economia tenebră și traficul ilicit de mărfuri; - Existența concurenței neloiale pe unele segmente de piață; - Evoluțiile politice - Corupția și birocrăția

III. Percepțiile și așteptările părților interesate

Pentru a reflecta așteptările comercianților și consumatorilor locuitorii Chișinăului au fost invitați să participe la un sondaj în care și-au expus viziunile și domeniile prioritare de dezvoltare a comerțului interior.

Astfel, conform *sondajului* principalele 3 priorități de dezvoltare a comerțului interior în mun. Chișinău în viziunea agenților economici sunt:

- Promovarea comerțului cu mărfuri autohtone;
- Perfecționarea cadrului de reglementare a activității de comerț intern
- Dezvoltarea comerțului electronic

Aceste trei priorități sunt urmate de prevenirea și combaterea comerțului neautorizat (66%), asigurarea cu personal calificat (61%), dezvoltarea serviciilor de consultanță pentru antreprenori în cadrul Autorităților publice locale (44%), limitarea comerțului ambulant stradal în centrul - nucleul istoric, străzile și bulevardele principale ale orașului (35%), optimizarea (reducerea) numărului de piețe nealimentare în centrul - nucleul istoric (29%), alocarea locurilor speciale de comerț pentru persoanele social vulnerabile (29%) scoaterea la licitații a locațiilor pentru amplasarea unităților de comerț stradal (17%).

Este de remarcat ca promovarea măsurilor autohtone este considerată cea mai mare prioritate nu doar pentru agenți economici, dar și consumatorii. Astfel, conform *sondajului*, principalele 3 priorități de dezvoltare a comerțului interior în mun. Chișinău în viziunea cetățenilor municipiului sunt:

- Promovarea consumului mărfurilor autohtone
- Modernizarea infrastructurii și optimizarea amplasării unităților de comerț
- Asigurarea cu personal calificat

Acestea sunt urmate de: dezvoltarea serviciilor de revenirea și combaterea comerțului neautorizat pentru care au optat 37%; limitarea comerțului ambulant stradal în Centru - nucleul istoric, străzile și bulevardele principale ale orașului pentru care au optat 36% din respondenți, implicarea eficientă a autorităților locale în informarea și protejarea consumatorilor pentru care au optat 28% din respondenți, optimizarea (reducerea) numărului de piețe nealimentare în Centru - nucleul istoric, pentru care au optat 24% din respondenți și dezvoltarea comerțului electronic, susținut de 17% din respondenți.

Figura 21. Prioritățile de dezvoltare a comerțului interior în mun. Chișinău în viziunea antreprenorilor

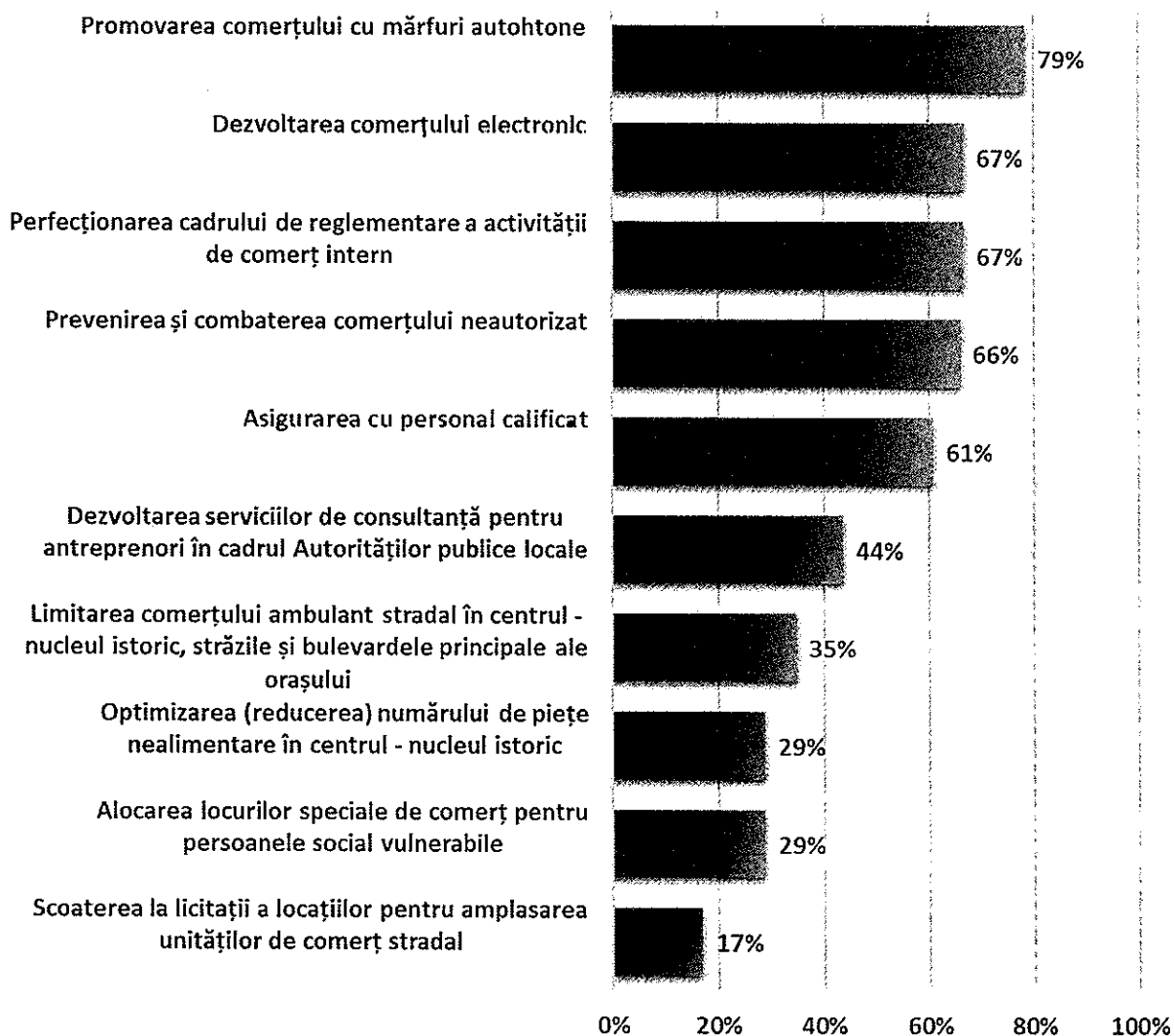
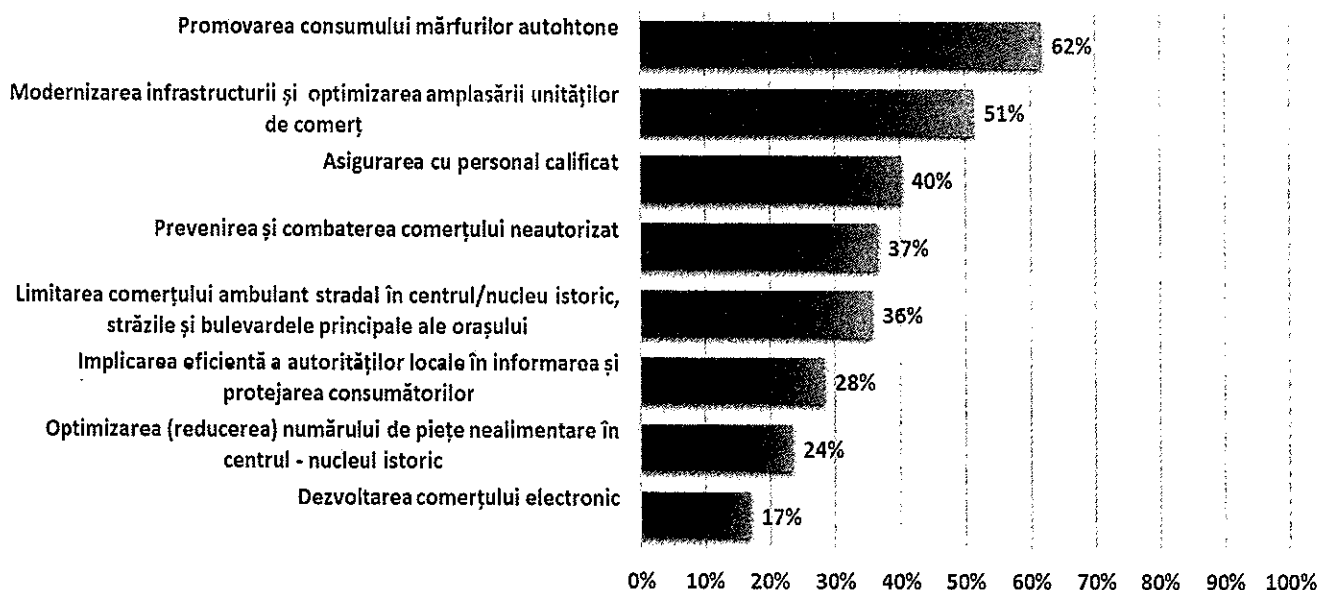


Figura 22. Prioritățile de dezvoltare a comerțului interior în mun. Chișinău, în viziunea cetățenilor



În viziunea antreprenorilor și consumatorilor pentru dezvoltarea comerțului interior, eforturile autorităților publice locale trebuie axate, în mod prioritar, asupra combaterii comerțului neautorizat, sporirii transparenței în procesul decizional și comunicării eficiente cu mediul de afaceri despre regulile de comerț. În acest context, antreprenorii consideră util elaborarea unor ghiduri și module de instruire, crearea unor platforme de dezbateri, consultări publice pentru a discuta proiecte de decizii care au impact precum taxe locale etc.

Alt aspect important se referă la dezvoltarea unor programe de suport pentru antreprenori, unor stimulente sau facilități pentru încurajarea lansării noilor afaceri. Printre propuneri, antreprenorii au menționat că autoritățile locale trebuie să contribuie la dezvoltarea comerțului interior prin adoptarea unor politici și măsuri specifice, menite să sprijine afacerile locale și să stimuleze consumul local; să organizeze campanii de promovare a produselor și serviciilor locale, inclusiv prin intermediul rețelelor sociale, site-urilor web și evenimentelor comunitare (aceasta poate include, de asemenea, sprijinirea participării la târguri și expoziții locale și la evenimente speciale, cum ar fi piețe de sărbători sau festivaluri ale comercianților locali); să ofere asistență sub formă de consultanță, instruire și finanțare pentru întreprinzătorii locali, astfel încât aceștia să poată dezvolta și extinde afacerile; să investească în dezvoltarea infrastructurii comerciale, cum ar fi modernizarea piețelor, crearea de zone comerciale sau amenajarea de spații de parcare adecvate.

De asemenea, pot sprijini crearea de centre de afaceri sau hub-uri de inovație pentru a aduce împreună întreprinderi și specialiști locali; să inițieze programe de formare și instruire destinate antreprenorilor și angajaților din sectorul comerțului care ar acoperi aspecte precum managementul afacerilor, marketingul, abilitățile de vânzare sau gestionarea digitală. Prin consolidarea competențelor întreprinzătorilor locali, se poate încuraja inovația și creșterea durabilă a afacerilor; să promoveze turismul și atracțiile culturale prin organizarea evenimentelor și festivalurilor. Turismul poate aduce oportunități economice suplimentare pentru sectorul comerțului, inclusiv prin creșterea vânzărilor din magazinele și restaurantele locale; să asigure ca toate unitățile de comerț să respecte planul urbanistic și să facă comerț strict în spațiul care îi aparține.

Alți antreprenori consideră că autoritățile trebuie să atragă investiții străine în dezvoltarea comerțului; să susțină producătorii locali și țărani care vând marfa proprie, prin organizarea mai multor târguri comerciale inclusiv de weekend în toate sectoarele pentru producătorii autohtoni de produse locale, proaspete și accesibile pentru a stimula consumul produselor autohtone; să permită instalarea gheretelor de vânzare a fructelor /legumelor în cartiere pentru a da posibilitate tuturor să consume fructe și legume proaspete autohtone; promovarea brandului de țară la nivel local; extinderea rețelelor de magazine agricole și amenajarea mai multor spații comerciale (piețe agricole mici în fiecare micoraion) pentru producătorii mici; să îmbunătățească infrastructura de acces la unitățile comerciale (transport, parcări).

Un comerț bun înseamnă un comerț eficient prin infrastructura de rigoare, cu parcări, prin modernizarea digitală pentru conveniența consumatorilor, dar și monitorizarea constantă a mărfii, a concluzionat un antreprenor care a participat la sondaj.

Consumatorii, la rândul lor, propun dezvoltarea unor campanii de informare privind drepturile consumatorilor,

Prin sondajul în rândul antreprenorilor, s-au identificat și domenii în care însuși comercianții pot contribui la dezvoltarea comerțului interior, or rolul lor nu se limitează doar la conformarea la regulile de comerț, dar și la modernizarea proceselor prin investiții private, perfecționarea continuă și preluarea bunelor practici internaționale. Astfel, la întrebarea cum poate contribui întreprinderea la dezvoltarea comerțului interior, agenții economici au expus mai multe propuneri printre care: responsabilitate socială și implicare comunitară; dezvoltarea abilităților în promovarea produselor; alinierea la tendințele tehnologice și digitale; asigurarea

pieței interne cu produse calitative; crearea locurilor noi de munca moderne și salarii motivante; dezvoltarea afacerii prin inovare, digitalizare și creativitate. Totodată, antreprenorii sunt dispuși să susțină promovarea producătorilor autohtoni prin crearea a mai multor puncte de vânzare ale produselor autohtone, crearea infrastructurii de vânzare a produselor gospodăriilor țărănești în municipiu; promovarea consumului producției agricole autohtone; acordarea suportului la ambalarea produselor fabricate în Moldova; organizarea de evenimente și târguri.

IV. Practici internaționale în domeniul reglementării comerțului interior.

Reglementarea comerțului interior variază foarte mult de la o țară la alta și chiar de la oraș la oraș. Unele țări/orașe au adoptat reglementări detaliate și stricte, alții au doar principii generale și autoritățile locale intervin pe măsură ce apare necesitatea. Cu toate acestea, se consideră că supra reglementarea și impunerea mai multor obligațiuni și, respectiv, costuri asupra comercianților este o abordare contraproductivă care poate reduce substanțial capacitatea sectorului de a furniza o varietate de mărfuri și bunuri la prețuri accesibile pentru toate categoriile de persoane. În orice situație, adevărata provocare pentru autorități în orice oraș este aplicarea regulilor de comerț stradal în practică.

Un domeniu de reglementare de importanță majoră în mai multe țări și orașe, este cel de alimentație publică și comerțul stradal în special cu produse alimentare.

La nivelul primăriilor din orașele din România au fost aprobate Regulamente privind organizarea comerțului stradal în municipii/orașe, care includ în general următoarele principii de reglementare:

Activitatea de comerț stradal poate fi desfășurată de agenți economici, persoane fizice autorizate, asociații familiale și prevede comercializare cu amănuntul a produselor alimentare, nealimentare în standuri, tonete, rulote mobile etc. amplasate pe domeniul public sau privat al orașului/municipiului.

Amplasamentele se propun de către Primărie, iar pentru zone istorice ale orașului, se avizează de subdiviziunea specializată pentru cultura și patrimoniu.

În unele orașe, de exemplu Brașov, ca centru istoric, în mod special se reglementează amplasarea teraselor sezoniere. Acestea se autorizează conform unui plan și cu obligația de a păstra o anumită distanță prestabilită pentru circulația pietonală. Amplasarea teraselor sezoniere se permite cu obținerea certificatului de urbanism și autorizației de construcție. Se reglementează cromatica construcțiilor sezoniere, care trebuie să se încadreze în culorile stabilite în documentele de urbanism, cu specificarea culorilor concrete (de exemplu doar alb-bej). Totodată, se stabilește că unii agenții economici vor avea un singur set de mobilier de același fel (scaune, mese, umbrele). Mobilierul trebuie să fie din lemn sau metal, în concordanță cu arhitectura clădirii și restul elementelor ce alcătuiesc terasa, fără mobilier de grădină. Nu se acceptă niciun fel de mobilier realizat din material plastic. Se specifică și formatul perimetrelor teraselor, iluminarea etc. Cât privește muzica, se specifică ca se permite muzica live și instrumente reci, fără sisteme de amplificare. Totodată se interzice amplasarea televizoarelor și difuzarea de muzică chiar și din interiorul perimetrului frontului de lucru. Ca măsuri de intervenție, de exemplu, se prevede că dacă se constată amplasarea în spațiul public a mobilierului stradal neautorizat, acesta se va ridica imediat și necondiționat, prin măsuri administrative. Totodată, dacă agenții economici au datorii sau amenzi neachitate, acestea nu vor putea beneficia de autorizație.

În Regulamente sunt stabilite drepturile și obligațiile comercianților printre care: să afișeze datele de identificare ale comerciantului, datele despre autorizație, să utilizeze personal calificat pentru activitatea de comerț cu produse alimentare și alimentație publică etc.

În regulamente separat se reglementează aspecte ce țin de managementul deșeurilor. Printre care: obligația de colectare separată a deșeurilor; colectarea acestora se face în saci de plastic de culoare corespunzător deșeurii colectate, care se oferă contra cost de către operatorul de salubritate, și se stabilește intervalul de timp obligatoriu (de ex. 5.30-8.30 pentru colectarea deșeurilor). Mai mult, se stabilește graficul colectării fiecărui tip de deșeurii (de exemplu, luni și vineri - hârtie; zilnic – deșeurii alimentare și biodegradabile). Se impune obligativitatea încheierii contractului cu operatori autorizați de colectare a deșeurilor.

Cu referire la accesul în piețele agroalimentare, potrivit legii, în piețe, producătorilor trebuie să li se asigure spații de vânzare distincte care să reprezinte cel puțin 40% din totalul spațiilor de vânzare. În unele orașe, producătorilor autentici li se alocă spațiu generos, iar aceștia sunt ușor de recunoscuți, pentru că ocupă tarabele de culoare galbenă. Tarabele albastre sau verzi sunt destinate intermediarilor. Astfel, prin identificarea vizuală și deosebire prin culori, cumpărătorii orașului sunt informați despre proveniența mărfii și pot alege și susține producătorii locali.

În orașele din Marea Britanie, de exemplu, comerțul stradal cu bunuri și alimente este privit ca un element important de dezvoltare economică, care oferă mai multe avantaje pentru consumatori și oportunități pentru cei care lansează o afacere. În vederea asigurării securității și siguranței în spațiul public, prevenirea criminalității și a dezordinii, pe unele străzi, în parcuri, spații deschise, există însă și reguli stricte unde comerțul este interzis.

Comerț stradal pentru un an și cel ocazional, pentru perioada de până la 30 de zile sau pentru un eveniment special, se autorizează cu indicarea locației, și anumitor ore ale zilei. Persoanele interesate pot aplica pentru autorizație pentru anul viitor timp de 6 săptămâni din 1 februarie a anului în curs. Autorizațiile se eliberează în conformitate cu politica de comerț stradal. De asemenea, s-a aprobat un Cod de practică pentru piețe și vânzări stradale și Ghidul pentru comercianții mobili la piețe și evenimente.

Titularul autorizației este obligat să achite taxa pentru comerțul stradal, să prezinte autorizația de fiecare dată la solicitarea poliției sau autorității locale, și riscă retragerea acesteia în caz de nerespectare a regulilor. Reglementările prevăd ca un comerciant stradal trebuie să fie prezent personal la locul aprobat pentru o perioadă de cel puțin 4 ore consecutive între orele 9:00 și 16:00 în orice zi aprobată.

Dacă se planifică comerțul stradal cu alimente, comerciantul este obligat să se înregistreze la instituția responsabilă pentru sănătate publică, care aprobă accesul doar celor care corespund unui nivel prestabilit de cerințe. Totodată, comercianții de produse alimentare trebuie să dețină un certificat în domeniul sănătății și de siguranța alimentară în catering. La lansarea afacerii de alimentație publică, autoritatea de siguranța alimentară realizează o inspecție în prealabil.

Cu referire la vânzarea alimentelor, se stabilește că toate alimentele proaspete trebuie depozitate și expuse în conformitate cu reglementările de igienă alimentară și toate bunurile comestibile, depozitate și vândute la cel puțin 0,5 metri de sol pentru a proteja produsele alimentare de riscul de contaminare.

Comerciantul respectiv trebuie să fie instruit în domeniul igienei alimentare, corespunzător activității lor de muncă. În practică, trebuie să existe întotdeauna cel puțin o persoană care deține certificat corespunzător de instruire. Dovezile unei astfel de pregătiri profesionale trebuie să fie prezentate la cerere fără întârzieri.

Totodată, se specifică că nu mai mult de doi comercianți stradali vor vinde același tip de mărfuri la o distanță de 100 de metri unul de celălalt. Excepții de la această restricție sunt fructele, legumele și îmbrăcămintea. Comercianții stradali nu pot vinde bunuri și produse în afara sau în imediată apropiere (la o rază de 500 de metri) de un magazin unde se vând bunuri similare. Totodată, comerciantul nu poate vinde mâncare caldă la pachet pe o rază de 400 de metri de vreo școală primară sau secundară sau colegiu.

Tarabele sau unitățile trebuie să aibă dimensiunea, forma și starea care corespunde cerințelor, și nu se permite instalarea de alte elemente, precum o masă în plus sau comerț din afara perimetrului. Comercianții stradali trebuie să afișeze fie numele și adresa lor comercială, fie autorizația de comerț în toate zilele de lucru.

Toate pasajele și spațiile rezervate pietonilor trebuie să fie menținute libere, cu o atenție deosebită la bordurile coborâte pentru accesul în scaunul cu roțile. Comercianții stradali nu trebuie să blocheze nicio ieșire de incendiu din spațiile adiacente și pentru anumite locații se acceptă doar unități mobile pentru a asigura accesul de urgență.

Reguli speciale de licențiere sunt aprobate pentru activități promoționale și strângere de fonduri caritabile în stradă (se cere o licență în plus față de autorizație stradală atunci când persoana acceptă donații în numerar).

Este responsabilitatea comerciantului stradal să elimine toate deșeurile în timpul și la sfârșitul fiecărei zile, implicit să asigure separarea deșeurilor pentru reciclare.

Toți comercianții licențiați și ocazionali sunt obligați să dețină și să mențină o asigurare valabilă pentru răspunderea publică și pentru produse terțe, cu o limită pentru reclamații de cel puțin 5 milioane GBP și o acoperire de asigurare de răspundere civilă a angajatorului cu o limită pentru daune de cel puțin 10 milioane de lire sterline.

Pe fundalul măsurilor restrictive, și supra reglementării, autoritățile locale din unele orașe din SUA, au abordat o politica de intervenții minime și liberalizare la maxim a comerțului stradal. S-a constatat că reglementările privind vânzările stradale continuă să fie o sursă de frustrare pentru vânzătorii ambulanți din întreaga țară, astfel, autoritățile au anulat plafoanele stabilite pentru numărului de autorizații ce ține de alimentația publică.

Alta decizi a autorităților locale prevede micșorarea esențială a taxelor de autorizare pentru vânzătorii lorii stradali, la fel și a amenzilor pentru încălcări.

Măsuri precum anularea plafoanelor pentru autorizațiile de comerț, reducerea costului acestora și abrogarea sancțiunilor sunt menite să reducă din corupția în domeniul eliberării autorizațiilor din comerț, ori sume neoficiale plătite pentru fiecare autorizație, au costat pentru vânzătorii sume de la 20 până 30 mii dolari pentru autorizație pentru 2 ani.

De asemenea, s-a decis că autoritățile din domeniul protecției sănătății trebuie să aplice un set special de reglementări ajustate la situația diferită pentru diverse tipuri de alimente comercializate în stradă. La fel, s-a introdus un nou tip de autorizație - „bucătărie de acasă pentru microîntreprinderi” pentru a permite vânzătorilor stradali să-și folosească bucătăriile de acasă pentru a pregăti și găti alimente pentru afacerile lor.

De menționat, ca autoritățile au oferit oportunitatea vânzătorilor stradali de a-și auto-administra, activitatea pe spațiile publice pe care își desfășoară activitatea. Astfel, s-a propus că fiecare strada/bulevard să aibă un administrator local desemnat de autoritatea locală. Pentru această funcție pot să aplice persoane din organizațiile nonprofit, precum și cooperative organizate de furnizori. Un manager desemnat al zonei respective trebuie să aibă un plan de amplasament de vânzări aprobat de autoritatea locală, care să descrie locațiile și unitățile de comerț, proprietarii acestora etc. Managerul local trebuie, de asemenea, să mențină o listă a vânzătorilor din zonă, să înregistreze activitățile zilnice de supraveghere, să dezvolte proceduri de soluționare a litigiilor, să ofere suport tehnic și să se asigure că toți vânzătorii respectă legile și reglementările relevante.

Sigur astfel de abordare produce efecte doar în anumite condiții, și nu poate fi recomandată ca soluție universală pentru orice țară sau oraș.

Igiena în sectorul alimentației publice este un subiect de maximă importanță în toate orașele și toți cei implicați în lanțul de preparare și servire a mâncărurilor trebuie să se supună normelor de igienă din unitățile alimentare.

În mai multe țări s-au implementat cu succes programe de promovare a alimentației sănătoase în rândul preșcolarilor, elevilor dar și a populației în general.

În statele-membre UE s-a implementat un program special prevăzut de Regulamentul UE privind organizarea comună a piețelor. La nivelul Uniunii Europene, a fost adoptat Programul pentru școli, care se derulează începând cu anul școlar 2017-2018, ca urmare a adoptării Regulamentului (UE) 2016/791 al Parlamentului European și al Consiliului din 11 mai 2016.

Acest program UE pentru școli sprijină distribuirea de fructe, legume și lapte în școlile din întreaga Uniune Europeană, ca parte a unui program educațional mai amplu legat de agricultura europeană și de beneficiile unei alimentații sănătoase. Alegerea produselor este determinată de aspecte legate de caracterul sezonier, de varietate, de disponibilitate, de sănătate și de mediu.

Țările UE pot încuraja distribuirea produselor locale, a celor rezultate din lanțuri scurte de aprovizionare, a produselor ecologice și a produselor aparținând unor sisteme de calitate. Programul sprijină și măsuri educaționale, care vizează subiecte precum lanțurile locale de aprovizionare, agricultura ecologică, producția sustenabilă și risipa alimentară.

Scopul programului UE pentru școli este de a restabili legătura copiilor cu agricultura și de a-i învăța despre obiceiurile alimentare sănătoase (de ex., în Croația elevii unor licee au avut grijă de o grădină ecologică și în cadrul lecțiilor despre nutriție elevii au pregătit mâncăruri sănătoase. În Polonia a fost creat un set de instrumente care să îi ajute pe profesori să îi învețe pe elevi despre alimentația sănătoasă, legătura cu agricultura și cum putem combate risipa alimentară. Acest suport pedagogic cuprinde scenarii pentru profesori, oferind instrucțiuni pentru un atelier de gătit sau organizarea unor vizite la ferme.

Principalele concluzii privind impactul acestui program la nivel UE denotă că acesta permite o distribuție largă și acces gratuit la alimentație sănătoasă și sustenabilă pentru toți copiii, indiferent de statutul lor socioeconomic.

Conform recomandărilor instituțiilor europene, produsele care urmează să fie distribuite ar trebui să fie neprelucrate, ecologice și să fie de origine autohtonă-locală, acordând prioritate lanțurilor de aprovizionare scurte. Produsele ar trebui să reflecte pe cât posibil obiceiurile alimentare și tipurile de culturi locale. În concluziile UE se menționează că nu ar trebui lăsați marii furnizori să acapareze sistemul în detrimentul micilor fermieri care participă la program la procedurile de achiziții publice.

În România, de exemplu, în unitățile de învățământ s-a implementat programul de distribuire a laptelui și, ulterior, extins un program de încurajare a consumului de produse agricole (legume-fructe, lapte și produse lactate). Programul pentru școli al României a prevăzut distribuirea gratis în școli a fructelor, legumelor, laptelui și produselor lactate, precum și a unor produse de panificație. Acesta stabilește limita valorii zilnice de 0,37 lei (RON) pentru elevi, care include costul de achiziție a mărfii, costul de distribuție și costul activităților de promovare a fructelor. Programul este destinat copiilor de la grădinițe și gimnazii și cuprinde 88 zile de studii.

Programul „Lapte și corn” a fost inițiat ca program național, în 2002, iar din anul 2007, o parte din cheltuielile pentru furnizarea laptelui au început să fie rambursate din fonduri europene. În anul școlar 2009-2010, a început derularea Programului „Fructe în Școli” a căruia implementare presupune, pe lângă distribuția de fructe și/sau legume și măsuri educative. În cadrul programului s-au distribuit mere pentru perioade de maximum 100 zile de școlarizare și s-au organizat măsuri educative care au variat de la vizite la ferme, târguri, expoziții sau alte evenimente similare, la organizarea de sesiuni de grădinarit în curtea școlii, concursuri cu premii, tipărirea și distribuirea de broșuri cu informații despre beneficiul consumului de fructe.

Programul pentru anul școlar 2023-2024 prevede că pe parcursul săptămânii fiecare preșcolar și elev va primi gratuit trei porții de lapte și două porții de produse lactate, fața de anii anteriori când se distribuiau două porții de lapte și o singură porție de produs lactat.

Alt exemplu din România relevant aspectelor de organizare a comerțului interior și în special asigurării ordinii de drept, este poliția – precum poliția Locală a Municipiului București, care activează în baza Legii nr. 155/2010 și Legii nr. 371/2004.

Subdiviziunea respectivă își desfășoară activitatea pe întreg teritoriul capitalei, având ca obiectiv principal asigurarea și păstrarea ordinii și liniștii publice atât locuitori cât și turiști.

Înființată ca Direcție Generală de Poliție Locală și Control, instituție publică de interes local, cu personalitate juridică în subordinea Primarului General, exercită atribuții în următoarele domenii:

- ordinea și liniștea publică, precum și paza bunurilor;
- circulația pe drumurile publice;
- disciplina în construcții;
- afisaj stradal;
- protecția mediului;
- activitatea comercială;
- evidenta persoanelor;
- alte domenii stabilite prin acte normative și administrative.

În domeniul activității comerciale, poliția locală exercită printre altele următoarele atribuții:

- acționează pentru respectarea normelor legale privind desfășurarea comerțului stradal și a activităților comerciale, respectiv a condițiilor și a locurilor stabilite de autoritățile administrației publice locale;
- verifică legalitatea activităților de comercializare a produselor desfășurate de operatori economici, persoane fizice și juridice autorizate și producători particulari în piețele agroalimentare, târguri și oboare, precum și respectarea prevederilor legale de către administratorii piețelor agroalimentare;
- verifică existența la locul de desfășurare a activității comerciale a autorizațiilor, a aprobărilor, a documentelor de proveniență a mărfii, a buletinelor de verificare metrologică pentru cântare, a avizelor și a altor documente stabilite prin legi sau acte administrative ale autorităților administrației publice centrale și locale;
- verifică respectarea normelor legale privind amplasarea materialelor publicitare și a locurilor de comercializare a produselor din tutun și a băuturilor alcoolice;
- verifică respectarea prevederilor legale privind orarul de aprovizionare și funcționare al operatorilor economici;
- identifică mărfurile și produsele abandonate pe domeniul public sau privat al unității administrativ-teritoriale și pe raza sectoarelor municipiului București sau pe spații aflate în administrarea autorităților administrației publice locale ori a altor servicii/instituții de interes local și aplică procedurile legale de ridicare a acestora;
- verifică respectarea regulilor și normelor de comerț și prestări de servicii stabilite prin acte normative în competența autorităților administrației publice locale;
- cooperează și acordă sprijin autorităților de control sanitar, de mediu și de protecție a consumatorilor în exercitarea atribuțiilor de serviciu specifice domeniului de activitate al acestora;
- verifică respectarea obligațiilor ce revin operatorilor economici cu privire la afișarea prețurilor, a produselor comercializate și a serviciilor și scizează autoritățile competente în cazul în care identifică nereguli;
- verifică și soluționează, în condițiile legii, petițiile primite în legătură cu activități de producție, comerț sau prestări de servicii desfășurate în locuri publice cu încălcarea normelor legale;
- constată contravenții și aplică sancțiuni pentru încălcarea normelor legale specifice realizării atribuțiilor

V. Viziunea și obiective strategice

VIZIUNE

Municipiul Chișinău este o capitala modernă care oferă un climat de afaceri atractiv și favorabil dezvoltării comerțului interior, gestionat de administrația transparentă ce răspunde rapid și eficient nevoilor consumatorilor și mediului de afaceri în conformitate cu cele mai avansate standarde și practici internaționale.

MOTTOUL:

„produse/servicii calitative și alimentație sănătoasă într-un mediu urban modern.”

OBIECTIVE STRATEGICE

1. Asigurarea unui cadru normativ și instituțional de comerț interior eficient, transparent și previzibil.

2. Dezvoltarea infrastructurii comerciale moderne și accesibile.

3. Creșterea consumului de produse locale și sănătoase, promovând economia verde și circulară.

OBIECTIVE SPECIFICE

1.1. Perfecționarea reglementărilor în domeniul comerțului interior în corelare cu legislația națională și practicile internaționale.

1.2. Optimizarea serviciilor publice în domeniul comerțului interior.

1.3. Sporirea gradului de informare a antreprenorilor privind regulile de comerț interior.

1.4. Consolidarea capacităților instituționale a autorității publice locale.

1.5. Dezvoltarea dialogului public-privat în domeniul comerțului interior.

2.1. Modernizarea infrastructurii piețelor.

2.2. Dezvoltarea procedurilor de gestionare a comerțului stradal.

2.3. Facilitarea dezvoltării comerțului electronic.

2.4. Contribuirea la dezvoltarea capacităților profesionale ale comercianților.

3.1. Dezvoltarea instrumentelor de atragere a producătorilor locali în piețe, târguri și iarmaroace.

3.2. Încurajarea consumului de produse locale.

3.3. Contribuirea la dezvoltarea durabilă, economia circulară verde, prevenirea risipiei alimentare.

VI. DETALIEREA OBIECTIVELOR PE DOMENII ȘI ACȚIUNILE DE IMPLEMENTARE

Obiectivul strategic 1: Asigurarea unui cadru normativ și instituțional de comerț interior eficient, transparent și previzibil.

Obiectiv specific 1.1. Perfecționarea reglementărilor în domeniul comerțului interior în corelare cu legislația națională și practicile internaționale.

Acțiunea 1.1.1. Elaborarea reglementărilor speciale în Regulamentul de comerț local din mun. Chișinău.

Acțiunea 1.1.2. Perfecționarea Regulamentului de comerț local în mun. Chișinău conform bunelor practici internaționale.

Obiectiv specific 1.2. Optimizarea serviciilor publice în domeniul comerțului interior.

Acțiunea 1.2.1. Modernizarea serviciilor autorității publice locale în domeniul comerțului interior (utilizând Metodologia privind reingineria serviciilor publice).

Acțiunea 1.2.2. Implementarea procedurilor optimizate și simplificate în domeniul comerțului interior local.

Obiectiv specific 1.3. Sporirea gradului de informare a antreprenorilor privind regulile de comerț interior.

Acțiunea 1.3.1. Dezvoltarea instrumentelor de informare continuă și consultare a comercianților privind cadrul normativ în domeniul comerțului interior.

Acțiunea 1.3.2. Implementarea principiului de conformare voluntară/benevolă la respectarea regulilor de comerț interior de către comercianți, prin elaborarea instrumentelor de stimulare și încurajare (concursuri, premii, facilități, etc.).

Obiectiv specific 1.4. Consolidarea capacităților instituționale a autorității publice locale.

Acțiunea 1.4.1. Elaborarea propunerilor de actualizare a SIA GEAP ghișeului unic pentru gestionarea actelor permise la capitolul notificări în comerț în vederea simplificării proceselor și ajustării la necesitățile autorității locale.

Acțiunea 1.4.2. Implementarea sistemului de management al calității (SMC) conform ISO 9001:2015 în cadrul Direcției comerț, prestări servicii și alimentație publică.

Acțiunea 1.4.3. Implementarea sistemului de management anti-mită ISO 37001.

Acțiunea 1.4.4. Dezvoltarea cooperării DGECT cu instituțiile competente în domeniu (Inspectoratul de Stat pentru Supravegherea Produselor Nealimentare și Protecția Consumatorilor (ISSPNPC), Agenția Națională pentru Siguranța Alimentelor (ANSA) în vederea consolidării eforturilor în implementarea obiectivelor Strategiei „Comerț - 2030”.

Acțiunea 1.4.5. Dezvoltarea capacităților instituționale de comunicare cu părțile interesate.

Acțiunea 1.4.6. Dotarea Direcției comerț, prestări servicii și alimentație publică cu echipament (hard, soft, utilaj) performant pentru eficientizarea activității.

Acțiunea 1.4.7. Atragerea asistenței tehnice pentru consultanța internațională în domeniile prioritare de dezvoltare instituțională a DGECT.

Acțiunea 1.4.8. Organizarea activităților de schimb de experiență cu structurile similare din alte țări (inclusiv orașele înfrățite) pentru preluarea bunelor practici și dezvoltarea cooperării internaționale în domeniul comerțului interior.

Obiectiv specific 1.5. Dezvoltarea dialogului public-privat în domeniul comerțului interior.

Acțiunea 1.5.1. Crearea platformei de dialog public-privat în domeniul comerțului local municipal.

Acțiunea 1.5.2. Analiza necesităților și percepțiilor mediului de afaceri privind comerțul interior prin organizarea sondajelor, focus grupurilor etc.

Acțiunea 1.5.3. Organizarea conferințelor/ simpozioanelor dedicate domeniului comerțului interior și impactului Strategiei (inclusiv în cadrul evenimentelor tematice organizate de primărie).

Obiectivul strategic 2: Dezvoltarea infrastructurii comerciale moderne și accesibile.

Obiectiv specific 2.1. Modernizarea infrastructurii piețelor.

Acțiunea 2.1.1. Organizarea piețelor agroalimentare municipale de sector cu produse locale de sezon.

Acțiunea 2.1.2. Dezvoltarea infrastructurii Pieței Centrale.

Acțiunea 2.1.3. Optimizarea numărului de piețe de mărfuri nealimentare amplasate în centrul-nucleul istoric al mun. Chișinău.

Acțiunea 2.1.4. Dezvoltarea infrastructurii piețelor prin atragerea investițiilor și a asistenței externe.

Obiectiv specific 2.2. Dezvoltarea procedurilor de gestionare a comerțului stradal.

Acțiunea 2.2.1. Asigurarea aplicării procedurilor de licitație privind amplasarea unităților de comerț.

Acțiunea 2.2.2. Inițierea instituirii poliției locale municipale în subordinea primarului general.

Obiectiv specific 2.3. Facilitarea dezvoltării comerțului electronic.

Acțiunea 2.3.1. Elaborarea propunerilor de reglementare a activității magazinelor online

Acțiunea 2.3.2. Completarea Programului municipal pilot „Start up pentru tineri și migranți” cu domeniul prioritar nou: „domeniul comerțului electronic”

Acțiunea 2.3.3. Organizarea activităților de informare și consultare în domeniul comerțului electronic pentru antreprenori și consumatori.

Obiectiv specific 2.4. Contribuirea la dezvoltarea capacităților profesionale ale comercianților.

Acțiunea 2.4.1. Facilitarea perfecționării profesionale a comercianților.

Acțiunea 2.4.2. Implementarea standardelor de etică și conduită profesională pentru comercianți.

Acțiunea 2.4.3. Participare la campaniile de informare și educare a consumatorilor în colaborare cu Inspectoratul de Stat pentru Supravegherea Produselor Nealimentare și Protecția Consumatorilor (ISSPNPC) și ANSA.

Obiectivul strategic : 3. Creșterea consumului de produse locale și sănătoase, promovând economia verde și circulară

Obiectiv specific 3.1. Dezvoltarea instrumentelor de atragere a producătorilor locali în piețe, târguri și iarmaroace.

Acțiunea 3.1.1. Desfășurarea campaniilor de informare a diferitor categorii de persoane pentru încurajarea consumului de produse locale și tradiționale (promovarea târgurilor, organizarea evenimentelor tematice și diseminarea materialelor informative în instituțiile de învățământ, mass media etc.).

Acțiunea 3.1.2. Elaborarea programului municipal pentru promovarea alimentației sănătoase în instituțiile de învățământ.

Acțiunea 3.1.3. Desfășurarea campaniei de informare a populației despre beneficiile alimentației sănătoase (activități educative în instituțiile de învățământ, elaborarea și diseminarea materialelor informative în mass media etc.).

Obiectiv specific 3.2. Încurajarea consumului de produse locale.

Acțiunea 3.2.1. Desfășurarea campaniilor de informare a diferitor categorii de persoane pentru încurajarea consumului de produse locale și tradiționale

(promovarea târgurilor, organizarea evenimentelor tematice și diseminarea materialelor informative în instituțiile de învățământ, mass media etc.).

Acțiunea 3.2.2. Elaborarea programului municipal pentru promovarea alimentației sănătoase în instituțiile de învățământ.

Acțiunea 3.2.3. Desfășurarea campaniei de informare a populației despre beneficiile alimentației sănătoase (activități educative în instituțiile de învățământ, elaborarea și diseminarea materialelor informative în mass media etc.).

Obiectiv specific 3.3. Contribuirea la dezvoltarea durabila, economia circulara verde, prevenirea risipei alimentare.

Acțiunea 3.3.1. Dezvoltarea unor mecanisme de stimulare a întreprinderilor ce promovează modele de afaceri pe criterii de durabilitate, economia verde, scăderea risipei alimentare și inovațiile ecologice.

Acțiunea 3.3.2. Participarea la organizarea evenimentelor pentru educație de mediu (poluarea aerului, reciclarea deșeurilor, risipa alimentară sau schimbările climatice).

VI. Monitorizarea implementării Strategiei

a) Riscuri în procesul de implementare

Implementarea eficientă a obiectivelor strategice depinde în mare măsură de capacitățile subdiviziunilor responsabile din cadrul autorităților publice locale, precum și contribuția părților interesate. Există și multe alte precondiții în lipsa cărora rezultatele nu vor putea fi atinse.

În contextul actual, implementarea Strategiei este expusă unor provocări ce necesită o abordare complexă și identificarea unor măsuri concrete de diminuare a riscurilor majore.

Exercițiul de management al riscurilor de implementare a obiectivelor Strategiei „Comerț – 2030” a indicat asupra unor riscuri, care necesită a fi tratate și monitorizate pe întreaga durată de implementare a Strategiei. Astfel, în special au fost stabilite următoarele riscuri interne și externe.

riscuri interne	riscuri externe
<ul style="list-style-type: none"> - insuficiența personalului calificat și motivat - nivel scăzut de capacități logistice - calitatea necorespunzătoare a documentelor elaborate - eșecul în implementarea procedurilor noi - aplicarea neuniformă a procedurilor de diferite subdiviziuni - neconformități identificate în cadrul auditelor - comunicare neeficientă cu comercianții 	<ul style="list-style-type: none"> - interes scăzut din partea mediului de afaceri, reticență din partea comercianților și consumatorilor - lipsa suportului din partea partenerilor de dezvoltare - colaborare și comunicare inter-instituțională neeficientă. - competitivitatea scăzută a producătorilor locali - respingerea propunerilor de autoritățile competente

Pentru minimizarea riscurilor urmează a fi luate măsuri de consolidare a capacităților instituționale, motivarea personalului, și comunicarea mai eficientă cu toate părțile interesate.

Totodată, urmează a fi alocate resurse financiare și tehnice necesare implementării acțiunilor, monitorizat impactul și asigurate intervenții la necesitate, pentru a ajusta planul de acțiuni și atinge țintele stabilite.

Pe lângă aceste riscuri majore, există posibilitatea apariției altor provocări ce pot submina buna implementare a Strategiei, iar autoritatea va întreprinde toate măsurile necesare pentru a reduce riscurile pe care le poate influența, dar și pentru a evita apariția riscurilor imprevizibile.

b) Mecanisme de monitorizare, evaluare și raportare

În scopul asigurării impactului scontat, pe durata implementării Strategiei, urmează a fi aplicate proceduri de raportare și evaluare a impactului, și, după caz, propuse intervenții necesare pentru atingerea obiectivelor.

Monitorizarea anuală va fie asigurată de DGECT în baza informațiilor și indicatorilor de performanță colectați de la persoane responsabile pentru implementarea acțiunilor conform planului de implementare a Strategiei.

Alt mecanism eficient de monitorizare cu implicarea sectorului privat este Platforma de dialog public-privat în domeniul comerțului interior, care va fi creată conform Planului de acțiuni.

Unul din subiecte pe agenda acestei platforme va fi monitorizarea impactului Strategiei asupra mediului de afaceri și, în acest sens, autoritățile locale și mediul de afaceri, asociațiile de business vor putea discuta rezultatele preliminare și propune, la necesitate, unele măsuri de ajustare. Acest dialog va asigura implicarea sectorului privat și asociațiilor de business în procesul de realizare a Strategiei într-un mediu transparent și pro activ.

La finalizarea implementării Strategiei, va fi elaborat un raport final de evaluare cu contribuții din partea principalelor părți interesate de implementare.

Sinteza rapoartelor anuale de implementare va fi publicată pe site-ul Primăriei. Totodată, Primăria va asigura, în mod continuu, promovarea procesului de implementare a Strategiei, pentru informarea locuitorilor municipiului și a partenerilor de dezvoltare.

SECRETAR INTERIMAR
AL CONSILIULUI

Adrian TALMACI

**PLANUL DE ACȚIUNI PENTRU IMPLEMENTAREA
STRATEGIEI de dezvoltare a comerțului interior în mun. Chișinău
„COMERȚ-2030”**

Nr d/o	Acțiuni/subacțiuni	Indicator de performanță/țintă	Termenul de realizare	Respons./parteneri	Surse de finanțare	Riscuri asociate de realizarea acțiunii
Obiectiv strategic 1. Asigurarea unui cadru normativ și instituțional de comerț interior eficient, transparent și previzibil.						
Obiectiv specific 1.1. Perfecționarea reglementărilor în domeniul comerțului interior în corelare cu legislația națională și practicile internaționale.						
1.	Elaborarea reglementărilor speciale în Regulamentul de comerț local din mun. Chișinău în următoarele domenii: a) organizarea comerțului stradal în centrul (zone) istoric; b) organizarea teraselor de vară/sezoniere; c) norme privind protecția mediului în special managementul deșeurilor; d) procedura de autorizare a târgurilor; e) organizarea comerțului electronic;	- Proiecte de completare/modificare a Regulamentului de comerț local elaborate, consultate public și aprobate.	2024-2026	DGECT	Bugetul instituției.	- nerespectarea procedurilor de inițiere a modificărilor la actele normative locale - tergiversarea procesului de elaborare a reglementărilor - avize superficiale; - Propuneri irelevante sau

Nr d/o	Ațiuni/subacțiuni	Indicator de performanță/tintă	Termenul de realizare	Respons./parteneri	Surse de finanțare	Riscuri asociate de realizarea acțiunii
2.	<p>Perfecționarea Regulamentului de comerț local în mun. Chișinău conform bunelor practici internaționale:</p> <p>a) revizuirea periodică a Regulamentului de comerț local în mun. Chișinău.</p> <p>b) atragerea asistenței externe (consultanță) în vederea analizei comparative a regulilor de comerț interior local cu practicile orașelor europene;</p> <p>c) elaborarea propunerilor de armonizare a regulilor de comerț local cu cele mai bune practici internaționale.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Consultări publice privind necesitatea modificării Regulamentului organizate periodic. - Termene de referință pentru proiect de asistență și consultanța internațională elaborate. - Parteneri de dezvoltare identificați. - Analiza comparativă elaborată. - Proiecte de modificare a Regulamentului elaborate, consultate public și aprobate. 	2024-2030	DGECT	Bugetul instituției /Parteneri de dezvoltare	<ul style="list-style-type: none"> - neargumentate suficient; - eșecul consultărilor publice a proiectului - respingerea de proiectului de decizie în ședința CMC - lipsa propunerilor și interes scăzut din partea partenerilor interesate - lipsa suportului din partea partenerilor de dezvoltare - propuneri neargumentate suficient - lipsa susținerii proiectului de decizie în ședința plenară a CMC;
Obiectiv specific 1.2. Optimizarea serviciilor publice în domeniul comerțului interior.						
3.	Modernizarea serviciilor autorității publice locale în domeniul comerțului interior (utilizând Metodologia privind reingineria serviciilor publice) prin:	<ul style="list-style-type: none"> - Grup de lucru pentru reinginerie a serviciilor creat. - Personalul responsabil instruit privind metodologia. 	2025-2027	DGECT	Bugetul instituției /Parteneri	<ul style="list-style-type: none"> - insuficiența personalului calificat și motivat

Nr d/o	Acțiuni/subacțiuni	Indicator de performanță/tintă	Termenul de realizare	Respons./parteneri	Surse de finanțare	Riscuri asociate de realizarea acțiunii
	<ul style="list-style-type: none"> a) cartografierea situației actuale; b) efectuarea reingineriei serviciilor; c) analiza cost-beneficiu; d) identificarea necesităților de optimizare; e) elaborarea propunerilor de optimizare; f) pilotarea procedurilor noi. 	<ul style="list-style-type: none"> - Documentația elaborată. - Numărul de servicii optimizate pilotate. 			de dezvoltare.	<ul style="list-style-type: none"> - selectarea neinspirată a consultantului - calitatea necorespunzătoare a documentelor elaborate - eșecul în implementare procedurilor noi
4.	<p>Implementarea procedurilor optimizate și simplificate în domeniul comerțului interior local.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Ponderea procedurilor optimizate implementate. - Numărul beneficiarilor de proceduri optimizate/simplificate 	2026-2028	DGECT	Bugetul instituției /Parteneri de dezvoltare.	<ul style="list-style-type: none"> - aplicarea neuniformă a procedurilor diferite - subdiviziuni - nivel scăzut de informare și accesare a procedurilor de catre beneficiari
Obiectiv specific 1.3. Sporirea gradului de informare a antreprenorilor privind regulile de comerț interior.						
5.	<p>Dezvoltarea instrumentelor de informare continuă și consultare a comercianților privind cadrul normativ în domeniul comerțului interior prin:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) elaborarea și promovarea Ghidurilor practice pentru comercianți (ghiduri privind 	<ul style="list-style-type: none"> - Numărul Ghidurilor practice pentru comercianți elaborate și distribuite. - Numărul rubricilor noi create pe pagina web a DGECT cu informații relevante antreprenorilor. 	2024-2030	DGECT	Parteneri de dezvoltare / Bugetul instituției.	<ul style="list-style-type: none"> - insuficiența personalului calificat și motivat - selectarea neinspirată a consultantului

Nr d/o	Acțiuni/subacțiuni	Indicator de performanță/întă	Termenul de realizare	Respons./parteneri	Surse de finanțare	Riscuri asociate de realizarea acțiunii
	<p>regulile de comerț interior în piețe, târguri și iarmaroace, comerț stradal, alimentație publică, comerț electronic etc.);</p> <p>b) crearea call center în cadrul DGECT pentru consultații în domeniul comerțului interior;</p> <p>c) elaborarea buletinelor informative electronice publicate pe pagina web cu informații (noutăți legislative, practici de implementare a regulilor de comerț etc.)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Creșterea numărului accesărilor/vizitatorilor paginii web și rețelelor de socializare - Regulamentul privind activitatea call center în cadrul DGECT aprobat. - Call center dotat cu echipamentul și personalul necesar. - Numărul consultațiilor oferite anual prin Call Center. - Cel puțin un buletin electronic elaborat și publicat anual. 				<ul style="list-style-type: none"> - nivel scăzut de capacități logistice pentru call center - insuficiența resurselor pentru promovarea Ghidurilor - interes scăzut din partea mediului de afaceri
6.	Implementarea principiului de conformare voluntară/benevolă la respectarea regulilor de comerț interior de către comercianți, prin elaborarea instrumentelor de stimulare și încurajare (concursuri, premii, facilități, etc.).	<ul style="list-style-type: none"> - Conceptul privind conformarea voluntară elaborat și aprobat. - Lista instrumentelor de stimulare și încurajare elaborată. - Ponderea comercianților participanți la programul de conformare voluntară. - Creșterea anuală a numărului de participanți la program. 	2024-2030	Conducere a primăriei DGECT	Bugetul instituției /Parteneri de dezvoltare.	<ul style="list-style-type: none"> - interes scăzut din partea mediului de afaceri
Obiectiv specific 1.4. Consolidarea capacităților instituționale a autorității publice locale.						
7.	Elaborarea propunerilor de actualizare a SIA GEAP ghișeului unic pentru gestionarea actelor permise	<ul style="list-style-type: none"> - Necesitățile de actualizare elaborate. - Propuneri elaborate și prezentate e-GOV. 	31.12.2024	DGECT	Bugetul instituției.	<ul style="list-style-type: none"> - respingerea propunerilor catre e-GOV

Nr d/o	Acțiuni/subacțiuni	Indicator de performanță/tintă	Termenul de realizare	Respons./parteneri	Surse de finanțare	Riscuri asociate de realizarea acțiunii
	la capitolul notificări în comerț în vederea simplificării proceselor și ajustării la necesitățile autorității locale.	- Ponderea propunerilor acceptate și implementate.				- modificarea cerințelor și cadrului normativ în domeniul SIA GEAP - deficiențe tehnice în implementarea actualizărilor SIA
8.	Implementarea sistemului de management al calității (SMC) conform ISO 9001:2015 în cadrul Direcției comerț, prestări servicii și alimentație publică prin: a) instruirea angajaților în domeniul SMC și auditului calității; b) elaborarea procedurilor de sistem, procedurilor operaționale, registrului de riscuri și oportunități și altor documente conform SMC; c) certificarea conform ISO 9001:2015.	- Numărul persoanelor instruite în domeniul SMC. - Numărul procedurilor identificate și documentate. - Documentația SMC elaborată și aprobată. - Audit de certificare desfășurat. - Certificat ISO obținut și menținut.	2025- 2027	DGECT	Bugetul instituției	- neconformități majore identificate în cadrul auditelor fluxul sporit al personalului - selectarea neinspirată a consultantului - calitatea necorespunzătoare a documentelor elaborate
9.	Implementarea sistemului de management anti-mită ISO 37001.	- Numărul persoanelor instruite în domeniul SMC. - Standard implementat. - Audit de certificare desfășurat. - Certificat ISO obținut și menținut.	2027-2028	DGECT	Bugetul instituției.	- neconformități majore identificate în cadrul auditelor fluxul sporit al personalului - selectarea neinspirată a consultantului

Nr d/o	Acțiuni/subacțiuni	Indicator de performanță/tintă	Termenul de realizare	Respons./parteneri	Surse de finanțare	Riscuri asociate de realizarea acțiunii
10.	Dezvoltarea cooperării DGECT cu instituțiile competente în domeniu (Inspectoratul de Stat pentru Supravegherea Produselor Nealimentare și Protecția Consumatorilor (ISSNPC), Agenția Națională pentru Siguranța Alimentelor (ANSA) în vederea consolidării eforturilor în implementarea obiectivelor Strategiei „Comerț - 2030”: a) semnarea acordurilor de colaborare; b) participarea la campaniile de comunicare comune.	- Numărul acordurilor semnate. - Numărul activităților comune realizate.	2024- 2030	Conducere a primăriei DGECT	Bugetul instituției.	- colaborare și comunicare inter-instituțională neeficientă.
11.	Dezvoltarea capacităților instituționale de comunicare cu părțile interesate prin: a) instruirea personalului DGECT în domeniul comunicării cu publicul, cu mass media, promovarea online etc. b) dezvoltarea și formarea unor campanii de comunicare tematice pe fiecare obiectiv al Strategiei	- Numărul persoanelor instruite în domeniul comunicării. - Numărul de campanii de comunicare desfășurate - Creșterea numărului accesărilor/vizitatorilor paginii web și rețelelor de socializare	2024- 2025	DGECT Direcția relații cu publicul și buget civil a PMC	Bugetul instituției /Parteneri de dezvoltare.	- interes scăzut din partea partilor implicate (mass media, comunicate de business, - insuficiența personalului calificat și motivat
12.	Dotarea Direcției comerț, prestări servicii și alimentație publică cu echipament (hard, soft, utilaj) performant pentru eficientizarea activității.	- Lista necesităților elaborată. - Subdiviziunea dotată cu echipament performant.	2024- 2030	DGECT	Bugetul instituției /Parteneri de dezvoltare.	- insuficiența resurselor pentru procurarea și mentenanța

Nr d/o	Acțiuni/subacțiuni	Indicator de performanță/tintă	Termenul de realizare	Respons./parteneri	Surse de finanțare	Riscuri asociate de realizarea acțiunii
13.	Atragerea asistenței tehnice pentru consultanța internațională în domeniile prioritare de dezvoltare instituțională a DGECT.	- Termene de referință pentru proiecte de asistență elaborate. - Parteneri de dezvoltare identificați. - Numărul de proiecte implementate.	2024- 2030	DGECT	Bugetul instituției /Parteneri de dezvoltare.	- indisponibilitatea partenerilor de dezvoltare
14.	Organizarea activităților de schimb de experiență cu structurile similare din alte țări (inclusiv orașele înfrățite) pentru preluarea bunelor practici și dezvoltarea cooperării internaționale în domeniul comerțului interior.	- Numărul de activități de schimb de experiență organizate.	2024- 2030	VP DGECT DRE (PMC)	Parteneri de dezvoltare	- indisponibilitatea partenerilor de dezvoltare
Obiectiv specific 1.5. Dezvoltarea dialogului public-privat în domeniul comerțului interior.						
15.	Crearea platformei de dialog public-privat în domeniul comerțului local municipal: a) elaborarea Regulamentului de activitate; b) identificarea părților interesate; c) elaborarea planurilor anuale de acțiuni.	- Regulamentul de activitate a platformei elaborat și aprobat. - Numărul de membri ai platformei. - Planul de acțiuni anual al platformei elaborat și implementat. - Numărul ședințelor organizate anual.	2024	DGECT	Bugetul instituției /Parteneri de dezvoltare	- interes scăzut din partea asociațiilor de business și mediul de afaceri
16.	Analiza necesităților și percepțiilor mediului de afaceri privind comerțul interior prin organizarea sondajelor, focus grupurilor etc.	- Chestionar elaborat și sondaje desfășurate periodic. - Numărul ședințelor format focus-grup organizate/numărul de participanți. - Raport de analiza a chestionarelor și focus-grup elaborat.	2026-2030	DGECT Direcția relații cu publicul și buget civil a PMC	Bugetul instituției /Parteneri de dezvoltare.	- număr scăzut de participanți la sondaj/focus grup

Nr. d/o	Ațiuni/subacțiuni	Indicator de performanță/tintă	Termenul de realizare	Respons./parteneri	Surse de finanțare	Riscuri asociate de realizarea acțiunii
17.	Organizarea conferințelor/simpozioanelor dedicate domeniului comerțului interior și impactului Strategiei (inclusiv în cadrul evenimentelor tematice organizate de primărie).	- Gradul de mulțumire a mediului de afaceri sportit. - Numărul evenimentelor organizate. - Numărul de participanți.	2024-2030	Conducere a primăriei DGECT	Bugetul instituției/ Parteneri de dezvoltare	- capacitățile instituționale, logistice reduse pentru organizarea evenimentelor
Obiectiv strategic 2. Dezvoltarea infrastructurii comerciale moderne și accesibile						
Obiectiv specific 2.1. Modernizarea infrastructurii piețelor.						
18.	Organizarea piețelor agroalimentare municipale de sector cu produse locale de sezon.	- creșterea numărului de comercianți în cadrul piețelor agroalimentare. - ponderea locurilor de comerț ocupate pe teritoriul piețelor - calendarul piețelor de sezon sectoriale elaborat și aprobat	2024-2030	DGECT Prezurile de sector Î.M. „Piața Centrală,,	Bugetul instituției.	- competitivitatea scăzută a producătorilor locali
19.	Dezvoltarea infrastructurii pieței centrale prin: a) revizuirea și actualizarea Conceptului de modernizare a Î.M. „Piața Centrală” b) promovarea propunerilor privind reorganizarea Pieței Avicole (str. Cărbunari) c) examinarea oportunității creării filialelor Pieței Centrale în sectoarele municipiului	- grup de lucru pentru revizuirea și actualizarea Conceptului instituit - conceptul revizuit și actualizat - ponderea sectoarelor Pieței Centrale modernizate conform Conceptului - numărul filialelor sectoriale create	2025-2026	DGECT Î.M. „Piața Centrală,,	Bugetul instituției	- insuficiența capacităților și resurselor necesare

Nr d/o	Acțiuni/subacțiuni	Indicator de performanță/tintă	Termenul de realizare	Respons./parteneri	Surse de finanțare	Riscuri asociate de realizarea acțiunii
20.	Optimizarea numărului de piețe de mărfuri nealimentare amplasate în centrul-nucleul istoric al mun. Chișinău	- plan urbanistic zonal pentru piețe din centrul istoric al municipiului actualizat - reducerea ponderii piețelor de mărfuri nealimentare din centrul istoric	2024-2026	DGECT DGAURF	Bugetul instituției	- reticența din partea comercianților și consumatorilor - comunicare neeficientă cu comercianții
21.	Dezvoltarea infrastructurii piețelor prin atragerea investițiilor și a asistenței externe, în special în următoarele domenii prioritare: a) protecția mediului și managementul deșeurilor b) eficiența energetică; c) promovarea produselor sănătoase și ecologice; d) securitatea și siguranța alimentelor; e) asigurarea accesului pentru persoanele cu necesități speciale f) crearea noilor locuri de muncă sigure și sănătoase.	- Numărul proiectelor elaborate și implementate. - Ponderea piețelor cu infrastructura modernizată.	2025-2030	Conducere a Primăriei DGECT DRE (PMC)	Bugetul instituției/ Parteneri de dezvoltare.	- climat investițional neatractiv pentru investitori - interes scăzut din partea partenerilor de dezvoltare - calitatea scăzută a proiectelor investiționale. - insuficiența capacităților instituționale pentru implementarea proiectelor
Obiectiv specific 2.2. Dezvoltarea procedurilor de gestionare a comerțului stradal.						
22.	Asigurarea aplicării procedurilor de licitație privind amplasarea unităților de comerț.	- Numărul licitațiilor organizate. - Numărul de contracte încheiate. - Suma veniturilor la buget	2024-2030	DGECT	Bugetul instituției.	- contestarea /anularea rezultatelor licitațiilor
23.	Inițierea instituirii poliției locale municipale în subordinea primarului general:	- Analiza comparativă a cadrului legal național și altor orașe europene elaborat	2024-2026	Conducere a Primăriei	Bugetul instituției.	- respingerea propunerilor de

Nr d/o	Acțiuni/subacțiuni	Indicator de performanță/tintă	Termenul de realizare	Respons./parteneri	Surse de finanțare	Riscuri asociate de realizarea acțiunii
	<p>a) elaborarea proiectului de act normativ conform practicilor altor orașe europene (București etc.)</p> <p>b) înaintarea proiectului spre avizare și aprobare autoritățile publice centrale competente</p>	<p>- Proiect de act normativ elaborat.</p> <p>- Proiect transmis spre avizare Ministerului de resort, Guvernului, Comisior de specialitate a Parlamentului.</p>		DGECT DAJ a PMC		<p>către autoritățile centrale de resort</p> <p>- influența factorului politic</p>
Obiectiv specific 2.3. Facilitarea dezvoltării comerțului electronic.						
24.	Elaborarea propunerilor de reglementare a activității magazinelor online	<p>- Consultări publice organizate/număr de participanți</p> <p>- Proiecte de propuneri la acte normative elaborate și promovate</p>	2024-2025	DGECT	Bugetul instituției.	<p>- respingerea propunerilor de autoritățile competente</p>
25.	Completarea Programului municipal pilot „Start-up pentru tineri și migranți” cu domeniul prioritar nou: „domeniul comerțului electronic”	<p>- Program municipal completat și aprobat</p> <p>- Numărul start-up lansate</p>	2024-2027	DGECT I.P. CMDA	Bugetul instituției/ Parteneri de dezvoltare.	<p>- interes scăzut din partea antreprenorilor</p>
26.	<p>Organizarea activităților de informare și consultare în domeniul comerțului electronic pentru antreprenori și consumatori prin:</p> <p>a) crearea rubricii tematice pe pagina web a DGECT;</p> <p>b) participare la evenimente tematice organizate de instituțiile și asociațiile de profil.</p>	<p>- Pagina web a DGECT actualizată cu informații relevante comerțului electronic.</p> <p>- Numărul de evenimente tematice desfășurate/num[r de participanți.</p>	2024-2030	DGECT	Bugetul instituției.	<p>- insuficiența personalului competent în domeniu</p>

Nr d/o	Acțiuni/subacțiuni	Indicator de performanță/tintă	Termenul de realizare	Respons./parteneri	Surse de finanțare	Riscuri asociate de realizarea acțiunii
Obiectiv strategic 2.4. Contribuirea la dezvoltarea capacităților profesionale ale comercianților.						
27.	Facilitarea perfecționării profesionale a comercianților prin: a) elaborarea modulelor de instruire tematice. b) elaborarea și implementarea programului de subvenționare/cofinanțare a participării comercianților la programe de formare profesională.	- Număr de module de instruire elaborate - Program de cofinanțare elaborat și implementat - Numărul beneficiarilor. - Numărul activităților de instruire organizate anual.	2024-2030	DGECT I.P. CMDA DGETS	Bugetul instituției/ Parteneri de dezvoltare	- interes scăzut din partea antreprenorilor - insuficiența formatorilor calificați
28.	Implementarea standardelor de etică și conduită profesională pentru comercianți prin: a) elaborarea și promovarea unui Cod de etică și conduită profesională – model a comerciantului (vanzatorului); b) desfășurarea campaniei de promovare a Codului în rândul comercianților și consumatorilor.	- Cod de etică și conduită profesională – model a comerciantului (vanzatorului) elaborat și aprobat. - Campanie de promovare și instruire desfășurată. - Numărul comercianților care implementează Codul.	2025-2026	DGECT Direcția relații cu publicul și buget civil a PMC	Bugetul instituției.	- numărul scăzut de comercianți care implementează Cod
29.	Participare la campaniile de informare și educare a consumatorilor în conlucrare cu Inspectoratul de Stat pentru Supravegherea Produselor Nealimentare și Protecția Consumatorilor (ISSPNPC) și ANSA.	- Numărul de evenimente comune desfășurate/număr de participanți.	2024-2030	DGECT	Bugetul instituției./Parteneri de dezvoltare	- colaborare ineficientă cu instituțiile competente

Nr d/o	Acțiuni/subacțiuni	Indicator de performanță/tintă	Termenul de realizare	Respons./parteneri	Surse de finanțare	Riscuri asociate de realizarea acțiunii
Obiectiv strategic 3. Creșterea consumului de produse locale și sănătoase promovând economia verde și circulară.						
Obiectiv specific 3.1. Dezvoltarea instrumentelor de atragere a producătorilor locali în piețe, târguri și iarmaroace.						
30.	Elaborarea sistemului de identificare vizuală a producătorilor locali în piețe pentru consumatori (precum marcarea tarabelor).	- Cadru normativ și procedural elaborat și aprobat. - Campanie de informare a consumatorilor implementată. - Ponderea piețelor cu sistem de identificare vizuală implementat.	2024-2025	DGECT	Bugetul instituției.	- resurse și capacitățile instituționale insuficiente
31.	Organizarea târgurilor și iarmaroacelor sub genericul „Produs de Chișinău”.	- Conceptul târgurilor elaborat și aprobat. - Numărul evenimentelor organizate. - Numărul de participanți.	2024-2025	DGECT Preturile de sector	Bugetul instituției./Parteneri de dezvoltare	- resurse și capacitățile instituționale insuficiente
Obiectiv specific 3.2. Încurajarea consumului de produse locale						
32.	Desfășurarea campaniilor de informare a diferitor categorii de persoane pentru încurajarea consumului de produse locale și tradiționale (promovarea târgurilor, organizarea evenimentelor tematice și diseminarea materialelor informative în instituțiile de învățământ, mass media etc.).	- Numărul campaniilor de informare organizate. - Creșterea ponderii produselor locale comercializate	2024-2025	DGECT Preturile de sector Direcția relații cu publicul și buget civil a PMC	Bugetul instituției/ Parteneri de dezvoltare	- competitivitatea scăzută a producătorilor locali

Nr d/o	Acțiuni/subacțiuni	Indicator de performanță/tintă	Termenul de realizare	Respons./parteneri	Surse de finanțare	Riscuri asociate de realizarea acțiunii
33.	Elaborarea programului municipal pentru promovarea alimentației sănătoase în instituțiile de învățământ prin: a) organizarea procesului de distribuire a fructelor, legumelor, produselor lactate, de panificație; b) organizarea de măsuri educative (vizite la producători, târguri, expoziții, concursuri cu premii, distribuirea de broșuri etc.); c) dezvoltarea platformei online de gestionare/colectarea datelor de la producători și distribuția produselor în instituțiile de învățământ.	- Cadrul normativ elaborat și aprobat. - Numărul/ponderarea instituțiilor de învățământ participante la program. - Termene de referință pentru platformă on-line elaborate. - Platforma lansată și operațională - Numărul de utilizatori ai platformei.	2024-2026	DGECT DGETS	Bugetul instituției/ Parteneri de dezvoltare	- interes scăzut din partea elevilor privind consumul de produse locale - lipsa capacităților instituționale - deficiențe tehnice ale sistemelor informaționale
34.	Desfășurarea campaniei de informare a populației despre beneficiile alimentației sănătoase (activități educative în instituțiile de învățământ, elaborarea și diseminarea materialelor informative în mass media etc.).	- Numărul campaniilor de informare organizate.	2024-2030	DGECT Direcția relații cu publicul și buget civil a PMC	Bugetul instituției/ Parteneri de dezvoltare.	- insuficiența personalului calificat și a resurselor necesare
Obiectiv specific 3.3. Contribuirea la dezvoltarea durabila, economia circulara verde, prevenirea pierderii risipitei alimentare.						
35.	Dezvoltarea unor mecanisme de stimulare a întreprinderilor ce promovează modele de afaceri pe criterii de durabilitate, economia verde, scăderea risipei alimentare și inovațiile ecologice.	- Program de susținere elaborat și aprobat. - Numărul beneficiarilor programului.	2024-2030	Conducere a Primăriei DGECT	Bugetul instituției/ Parteneri de dezvoltare.	- interes scăzut din partea antreprenorilor

Nr d/o	Acțiuni/subacțiuni	Indicator de performanță/tintă	Termenul de realizare	Respons./parteneri	Surse de finanțare	Riscuri asociate de realizarea acțiunii
36.	Participarea la organizarea evenimentelor pentru educație de mediu (poluarea aerului, reciclarea deșeurilor, risipa alimentară sau schimbările climatice).	- Numărul de evenimente organizate/numarul de participanți.	2024-2030	Conducere a Primăriei DGECT	Bugetul instituției/ Parteneri de dezvoltare.	- capacitățile instituționale insuficiente

SECRETAR INTERIMAR
AL CONSILIULUI

Adrian TALMACI

Sinteza Propunerilor la proiectul Strategiei Comerț-2030

(urmare a discuțiilor publice organizate la 29, 30 noiembrie 2023, 05, 07 și 08 decembrie 2023,
în cadrul preturilor de sector)

Participanții la consultări publice	Conținutul propunerii	Argumentarea autorului proiectului
<p>IM Piața centrală</p>	<p>Cu ref la organizarea piețelor se propune a introduce acordarea în mod gratuit a locurilor de comerț pentru categorii social vulnerabile</p>	<p>Nu se acceptă.</p> <p>Propunerea va putea fi discutată în cadrul platformei de dialog public-privat în domeniul comerțului interior în vederea inițierii unor modificări în legislație. Cadrul legal actual prevede în Legea 231/2010 cu privire la comerțul interior, care indică în art. 1¹ Principiile de bază ale activității de comerț „a) egalitatea în drepturi și egalitatea intereselor legitime ale tuturor persoanelor fizice și persoanelor juridice care practică activitate de comerț”, precum și stabilește drept scop și obiectiv al legii: încurajarea liberei inițiative, asigurarea concurenței loiale și a circulației libere a produselor și serviciilor comerciale.</p> <p>Se acceptă cu completarea pct 19 după cum urmează:</p> <p>Dezvoltarea infrastructurii pieței centrale prin:</p> <ol style="list-style-type: none"> a) revizuirea și actualizarea Conceptului de modernizare a Î.M. „Piața Centrală” b) promovarea propunerilor privind reorganizarea Pieței Avicole (str. Căbunari) c) examinarea oportunității creării filialelor pieței centrale în sectoarele municipiului <p>și indicatori performanța</p> <p>- grup de lucru pentru revizuirea și actualizarea Conceptului instituit</p>
	<p>Cu ref la pct 19 din Plan de acțiuni, se susține necesitatea actualizării Conceptului de modernizare a Pieței Centrale, ori acest document cuprinde propuneri de modernizare necesare dar care nu au fost implementate. Totodată în scopul managementului mai eficient al ÎM se solicită optimizarea procedurilor de coordonare a deciziilor manageriale de dezvoltare și investiții în infrastructura Pieței centrale (tergiversarea luării deciziilor afectează negativ procesul de implementare și reduce din actualitatea unor propuneri)</p> <p>De ex. cu ref la Piața Avicolă, str. Căbunari, specializați în comercializarea puietului avicol și animalelor de companie; materialului săditor; florilor, se impune revenire la propunerile IM</p>	

	<p>Piața centrală prezentate Consiliului municipal anterior referitor la utilizarea teritoriului dar care nu au fost aprobate.</p> <p>Se propune ca IM Piața Centrală să înființeze filiale în sectoare ale mun.</p> <p>Cu ref la comerț stradal de pe str Tighina se propune evacuarea pentru a asigura activitatea pieței centrale în condiții adecvate.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - conceptul revizuit și actualizat - ponderea sectoarelor pieței centrale modernizate conform Conceptului - numărul filialelor sectoriale create
IM Piața centrală	<p>Cu ref la 34 Elaborarea programului municipal pentru promovarea alimentației sănătoase în instituțiile de învățământ, IM Piața centrala a asigurat livrarea fructelor în școlile din sector centru, totodată se observa ca tinerii nu consumă fructe de origine locală (precum mere) și preferă cele de import.</p>	<p>Nu se acceptă. Programul este prioritar pentru asigurarea consumului produselor autohtone, inclusiv având în vedere practica statelor-membre EU în care astfel de programe sunt finanțate de buget și cu succes implementate utilizând produse (fructe, legume, lactate etc), locale.</p>
IM Piața centrală	<p>La pct 22 cu ref la inițierea instituirii poliției locale municipale în subordinea primarului general, se susține pentru a asigura regula în zone adiacente pietelor și alte spații precum lângă Gara feroviară – cu prezența non-stop, totodată cu completețe de evacuare, ridicarea măfrrilor confiscarea producției.</p>	<p>Se ia act</p>
DGECT	<p>La pct 19 din plan de precizat ce schimbări sunt necesare în Conceptul de modernizare a IM Piața Centrală și de descris în Strategia mai detaliat prevederile acestui concept. Totodată de revizuit și precizat indicatori de performanță</p>	<p>Se acceptă cu completarea despre prevederile Conceptului și pct. 19 conform redacției expuse în pct precedent.</p>
	<p>La pct 23 cu ref la inițierea instituirii poliției locale municipale în subordinea primarului general, se propune de a prevede ca obiectiv aparte, luând în considerare prioritatea combaterii comerțului neautorizat stradal si de a completa cu acțiuni concrete ce urmează a fi realizate</p>	<p>Se acceptă parțial. se menține ca acțiune și se completează cu subacțiuni în următoarea redacție:</p> <p>Inițierea instituirii poliției locale municipale în subordinea primarului general:</p> <p>a) elaborarea proiectului de act normativ conform practicilor altor orașe europene (București etc)</p> <p>b) înaintarea proiectului spre avizare și aprobare autorităților publice centrale competente și indicatori</p> <p>- Analiza comparativa a cadrului legal național și altor orașe europene elaborat</p>

		<p>- Proiect de act normativ elaborat. - Proiect transmis spre avizare Ministerului de resort, Guvernului, Comisiilor de specialitate a Parlamentului.</p>
<p>DGECT</p>	<p>La pct 25 din Plan cu ref la programe de suport pentru startup în domeniul comerțului electronic se propune a fi comasat cu program deja existent pentru tineret și migrații. Programul municipal pilot „Start-up pentru tineri și migrații”, are drept scop stimularea antreprenoriatului în rândurile tinerilor și migrațiilor din municipiul Chișinău, prin facilitarea lansării și dezvoltării afacerilor sustenabile și susținerea creării locurilor noi de muncă. Activitățile de finanțare în cadrul Programului constituie o schemă de ajutor pentru 4 categorii de beneficiari, inclusiv tineri antreprenori cu vârsta cuprinsă între 18 și 40 de ani, cu viza de reședință în municipiul Chișinău și doresc să deschidă o afacere sau dețin un business din categoria afacerilor mici și mijlocii, înregistrată în municipiul Chișinău de cel mult 12 luni. https://startup.chisinau.md/</p> <p>Domeniile prioritare ale Programului includ afacerile care</p> <ul style="list-style-type: none"> • vor desfășura activități de producere sau prestări servicii • conțin activități inovatoare /și propun să implementeze proiecte de transfer tehnologic și de know-how • sunt axate pe dezvoltarea următoarelor domenii: industria tehnologiei informației și comunicațiilor, electromecanică, industria agroalimentară și horeca, industria ușoară, industria creativă, turism, sănătate și frumusețe, activități profesionale, științifice sau tehnice, producerea energiei regenerabile • oferă servicii/produse companiilor terțe 	<p>Se acceptă.</p> <p>Pct 25 se expune în redacție nouă:</p> <p>Completarea Programului municipal pilot „Start-up pentru tineri și migrații” cu domeniul prioritar nou: suport pentru start-up în domeniul comerțului electronic</p>
<p>DGECT</p>	<p>La pct 27 Elaborarea programului de subvenționare a participării comercianților la programe de formare profesională de completat u</p>	<p>Se acceptă. pct 27 se expune în redacție nouă:</p>

	<p>subacțiuni precum elaborarea modulelor de instruire tematică și de corelat/integrat cu activitățile Instituției Publice „Centrul Municipal pentru Dezvoltarea Antreprenoriatului” (IP “CMDA”)</p>	<p>Facilitarea perfecționării profesionale comercianților prin:</p> <p>a) elaborarea modulelor de instruire tematică.</p> <p>elaborarea și implementarea programului de subvenționare/cofinanțare a participării comercianților la programe de formare profesională.</p> <p>Ca indicatori</p> <ul style="list-style-type: none"> - Număr de module de instruire elaborate - Program de cofinanțare elaborat și implementat - Numărul beneficiarilor. - Numărul activităților de instruire organizate anual.
<p>Pretura Buiucani</p>	<p>La pct 18 care prevede organizarea piețelor agroalimentare municipale de sector cu produse locale de sezon, se propune organizarea acestora în sectoare conform unui calendar de exemplu câteva zile pe săptămâna în fiecare sector.</p>	<p>Se acceptă cu completarea pct 18 cu un indicator nou calendarul piețelor de sezon sectoriale elaborat și aprobat</p>
<p>Asociația Consumatorilor și Producătorilor Ecologici și Artizanali din Moldova /ACPEAM EcoLocal</p>	<p>Ne bucură mult că comerțul cu produse locale se află printre obiectivele strategice ale documentului, și avem o serie de sugestii cu referință la acest obiectiv.</p> <p>În special, dorim să vedem o definiție clară și echitabilă a ”produselor locale” și a ”produselor sănătoase”, conform bunelor practici moderne internaționale și locale. O definiție clară ar evita confuzia și coruperea acestui deziderat, deoarece pe piață acum există foarte multe pseudo produse locale (ex.chips-uri de banane, sau fulgi de migdale importate, porționate și împachetate ca produs local de către producători autohtoni). La fel, este important să fie stipulat dacă prin ”local” se are în vedere produs în municipiu, în Moldova, sau într-o anumită rază de la oraș. Toate sunt importante, dar specifice din punct de vedere fiscal, cheltuieli și prețuri.</p> <p>O altă definiție importantă și necesară este cea de ”produse sănătoase”. Deși nu există în general o definiție atotcuprinzătoare a</p>	<p>Nu se acceptă. Definierea noțiunilor menționate ține de competența legiuitorului și a autorităților publice centrale de specialitate.</p> <p>Propunerea va putea fi discutată în cadrul platformei de dialog public-privat în domeniul comerțului interior în vederea inițierii unor modificări în legislație.</p>

	<p>produselor sănătoase (pentru că un produs sănătos pentru unii poate fi periculos pentru alții) – presupunem că se au în vedere produsele ecologic certificate, produsele de casă, produsele artizanale, produsele integrale și cele preparate din ingrediente integrale și naturale (fără aditivi, conservanți potențiatori de gust și arome, etc). Fără asemenea definiții clare, în contextul Strategiei, va fi greu sau imposibil de monitorizat dinamica dezvoltării proceselor.</p>	
<p>Ecolocal</p>	<p>Obiectivul 3.1. Dezvoltarea instrumentelor de atragere a producătorilor locali în piețe, târguri și iarmaroace – oferă oportunități pentru autoritățile locale de a colabora cu asociațiile-organizatori de târguri și iarmaroace, pentru a asigura cât mai mulți producători autohtoni cu produse autentice locale. Aceste asociații, mai ales dacă sunt alcătuite din producători și consumatori, precum este Ecolocal, au cea mai mare acoperire pe țară, sunt profesioniști și știr să aleagă ”grâul de neghină”, prezentând consumatorului produse inedite, sănătoase și de calitate. Asociațiile deja efectuează un lucru enorm, prin instruirea și atragerea producătorilor în evenimente. Deci până a dezvoltat instrumente noi, sfatul nostru este să le studiați și să conlucrați cu ceia ce deja este bine setat și demonstrat în oraș. Este o doleanță a Asociației Ecolocal, ca experiența noastră sistemică de ”Piață de Fermieri” să fie studiată și aplicată și în alte circumstanțe, ca exemplu de practici bune, și nu doar ignorată și baricadată cu împuneri birocratice.</p>	<p>Nu se acceptă. Propunerea și bunele practici vor putea fi discutate în cadrul platformei de dialog public-privat în domeniul comerțului interior și analizei bunelor practici.</p>
<p>Ecolocal</p>	<p>La obiectivul 2.2. se propune 1. Obținerea unei singure autorizații pentru întreg an calendaristic. Dorim să depunem o singură cerere cu calendarul pe un an înainte și emiterea unei singure autorizații pentru întreg an, nu una la fiecare 2</p>	<p>Nu se acceptă. Propunerea va putea fi discutată în cadrul platformei de dialog public-privat în domeniul comerțului interior în vederea inițierii unor modificări în legislație. Art. 21⁵ din Legea 231/2010 stabilește că activitatea de comerț ambulant în cadrul târgurilor, iarmaroacelor se</p>

	<p>Luni. Astfel vom putea economisi din resursele noastre, dar și a funcționarilor publici.</p>	<p>desfășoară pentru o perioadă de maximum 35 de zile consecutive. Accesul comercianților la evenimentele specificate în prezentul articol se permite în baza înștiințării de recepționare sau a permisului de acces emis de autoritatea administrației publice locale în cazul evenimentelor desfășurate fără depunerea notificării.</p>
<p>EcoLocal</p>	<p>2. Posibilitatea pentru participanți la diverse târguri, iarmaroc și evenimente organizate în Chișinău (nu doar EcoLocal) să declare și să achite o singură taxă anuală. Propunem ca producătorii să nu obțină permise de acces pentru fiecare eveniment în parte, dar să aibă opțiunea de a obține o autorizație pentru întreg anul, pentru orice tip eveniment organizat în Chișinău și confirmă participarea doar cu organizatorul evenimentului, nu și cu preturile de sector.</p>	<p>Nu se acceptă. Propunerea va putea fi discutată în cadrul platformei de dialog public-privat în domeniul comerțului interior în vederea inițierii unor modificări în legislație. Art. 21⁵ alin (2) din Legea 231/2010 stabilește că pentru fiecare eveniment organizat (târguri, iarmaroc, manifestări culturale, turistice, sportive și al alte evenimente similare) autoritatea administrației publice locale are dreptul să stabilească cerințe privind desfășurarea activităților de comerț. Cerințele în cauză sunt stabilite prin dispoziția primarului general sau a pretorului de sector, după caz</p>
<p>EcoLocal</p>	<p>3. Prezentarea informațiilor la pretură despre participanți post-factum. La moment aceste liste se cer a fi completate cu o frecvență de o dată la două luni cu un termen de minim doua săptămâni până la eveniment. În realitate se întâmplă ca unii producători să nu fie prezenți din anumite motive la piață (motive climatice, de familie, disponibilitate marfă) dar au deja permisul de acces emis. Sau producătorul ar veni la piață cu un produs sezonier disponibil, dar noi nu îl putem înscrise pentru că nu ne mai încadrăm în termen. Solicitarea ncastră este de a accepta ca aceste liste să fie prezentate după eveniment, astfel acolo vor fi date reale și ne va oferi nouă și comercianților mai multă flexibilitate.</p>	<p>Nu se acceptă Propunerea va putea fi discutată în cadrul platformei de dialog public-privat în domeniul comerțului interior în vederea inițierii unor modificări în legislație.</p>

EcoLocal	4. Scutirea de taxe locale de participare pentru participanții din alte regiuni decât Chișinău. Astfel vom stimula dezvoltarea regiunilor, iar capitala va beneficia de roadele nunciilor lor.	Nu se acceptă. Propunerea formulată nu se referă la conținutul proiectului de Strategie supus consultărilor publice. Se recomandă prezentarea recomandării în cauză la etapa consultărilor publice ale proiectului de decizie „Cu privire la aprobarea și punerea în aplicare a taxelor locale pentru anul 2024”
EcoLocal	Câteva comentarii generale la capitolul Viziune și Obiective. Este straniu că din 51 pagini al unui document intitulat Strategie – revin doar 2 pagini strategiei ca atare. În rest – dare de seamă asupra situației curente și rezultate de sondej. Logic, acestea puteau fi anexate, iar Strategia să ofere loc suficient descrierii viziunii și obiectivelor (strategice și specifice).	Nu se acceptă. Structura Strategiei este elaborată în conformitate cu cerințele legale fața de documente de politici.
EcoLocal	Obiectivele Specifice, de fapt, nu sunt specifice în formula în care sunt prezentate acum. Cuvinte tip ”sporire”, ”dezvoltare”, ”contribuire”, ”perfeccionare” nu se folosesc în Obiective Specifice, pentru că acești termeni sunt generali și nu obligă autorul la nimic. Obiective Specifice trebuie să fie după criteriile SMART (Specific, Measurabile, Achievable, Realistic, in Time). Dacă se propune Încurajarea Consumului de Produse Locale – atunci se cer indicatori cu câte % mai mult, dau de la ce volum – la ce volum. Cifre reale, măsurabile și realiste, care ar indica și termenii de atingere. La fel, Sporirea gradului de informare a antreprenorilor privind regulile de comerț interior. – la ce nivel de afliă acest grad în prezent, și la ce nivel se dorește să se ajungă, către Știm ca aceste momente sunt greu de identificat, dar poate asemenea Strategie ar fi mai bine să se axeze pe obiective mai puține, dar cu adevărat specifice, măsurabile și realiste, lăsând iluziile la o parte.	Nu se acceptă. Obiective și indicatori de performanță sunt elaborate conform cerințelor inclusiv ținând cont de criteriile SMART. Indicatorii de performanță se regăsesc în planul de acțiuni pentru implementare a Strategiei de dezvoltare a comerțului interior al mun. Chișinău: ”COMERT-2030”. Indicatorii de rezultat vor fi detaliați în: Planurile anuale de activitate ale Subdiviziunilor responsabile de implementarea obiectivelor/ acțiunilor prevăzute în Strategie.

	Suntem la curent că există un Plan de Acțiuni, care din păcate nu l-am putut accesa din mesaj. Presupunem că acolo sunt indicate mai multe momente SMART. Așteptăm să citim documentul integral, plasat pentru Consultări Publice, ca să putem comenta suplimentar.	
Preburile Centru, Buiucani, Botanica, Ciocana, Rîșcani	Pentru asigurarea respectării regulilor de comerț interior, se impune delegarea competențelor autorităților locale pentru suspendarea și retragerea autorizațiilor de comerț (fără procedura judiciară), ori în lipsa competențelor autoritatea locală nu poate interveni și asigura respectarea regulilor de comerț. Totodată la etapa eliberării notificării se impune revizuirea procedurii prin acordarea dreptului și a timpului suficient pentru autoritatea locală de a verifica corespunderea criteriilor unităților de comerț (la moment sunt doar 2 zile la dispoziție)	Se acceptă , prin includerea subiectului în analiza comparativă a cadrului normativ național cu practicile internaționale prevăzută în plan acțiuni pct. 2 după cum urmează: - atragerea asistenței externe (consultanță) în vederea analizei comparative a regulilor de comerț interior local cu practicile orașelor europene; - elaborarea propunerilor de armonizare a regulilor de comerț local cu cele mai bune practici internaționale.
Administrația Pieței sectorul Ciocana	De revizuit sistemul taxelor locale pentru piețe care la moment se calculează din suprafața terenului pieței ceea ce este în dezavantajul piețelor în comparație cu centre comerciale	Nu se acceptă. Propunerea formulată nu se referă la conținutul proiectului de Strategie supus consultărilor publice. Se recomandă prezentarea recomandării în cauză la etapa consultărilor publice ale proiectului de decizie „Cu privire la aprobarea și punerea în aplicare a taxelor locale pentru anul 2024”
Alianța întreprinderilor Mici și Mijlocii din Moldova (AIM)	La Obiectivul Specific 1.3, care vizează sporirea gradului de informare a antreprenorilor privind regulile de comerț interior, inclusiv în contextul Obiectivului Specific 3.1, care se referă la dezvoltarea instrumentelor de atragere a producătorilor locali în piețe, târguri și iarmarocae, AIM susține inițiativa de a amplifica tendința de popularizare și extindere a iarmarocaelor și târgurilor. În acest sens, propunem includerea în planul de acțiuni a câtorva subacțiuni impertante: (i) Revizuirea cadrului normativ și a procedurii de autorizare a iarmarocaelor/târgurilor în sensul simplificării procedurii de autorizare. Propunem obținerea unei singure autorizații pentru un an calendaristic înreg. Organizatorii pot depune o singură cerere cu calendarul pe tot parcursul anului, urmând să primească o singură	Nu se acceptă. Propunerea va putea fi discutată în cadrul platformei de dialog public-privat în domeniul comerțului interior în vederea inițierii unor modificări în legislație. Art. 21 ⁵ din Legea 231/2010 stabilește că activitatea de comerț ambulant în cadrul târgurilor, iarmarocaelor se desfășoară pentru o perioadă de maximum 35 de zile consecutive. Accesul comercianților la evenimentele specificate în prezentul articol se permite în baza înștiințării de recepționare sau a permisului de acces emis de autoritatea administrației publice locale în cazul evenimentelor desfășurate fără depunerea notificării

	<p>autorizație pentru întregul an. Această măsură va conduce la economisirea resurselor atât ale antreprenorilor, cât și ale funcționarilor publici.</p>	
AIM	<p>(ii) Procesul de autorizare ar trebui diversificat prin obținerea autorizației nu doar prin prezență fizică, ci și prin mijloace electronice la distanță, având în vedere că mulți comercianți dispun de semnătură digitală</p>	<p>Irelevant. Depunerea notificării în comerț are loc prin utilizarea sistemului informațional de stat SIA GEAP, conform principiului Ghișeuului unic</p>
AIM	<p>(iii) Facilitarea accesului celor mai mici producători la diverse târguri, iarmarocace și evenimente organizate în Chișinău prin reducerea taxelor de participare și posibilitatea pentru participanți de a declara și achita o singură taxă anuală. Propunem eliminarea necesității obținerii permiselor de acces pentru fiecare eveniment în parte, oferind producătorilor opțiunea de a obține o autorizație valabilă pe întregul an, pentru orice tip de eveniment autorizat, organizat în Chișinău, și de a confirma participarea doar cu organizatorul evenimentului, fără a mai interacționa cu preturile de sector.</p>	<p>Nu se acceptă. Propunerea va putea fi discutată în cadrul platformei de dialog public-privat în domeniul comerțului interior în vederea inițierii unor modificări în legislație. Art. 21⁵ alin (2) din Legea 231/2010 stabilește că pentru fiecare eveniment organizat (târguri, iarmarocace, manifestări culturale, turistice, sportive și altele evenimente similare) autoritatea administrației publice locale are dreptul să stabilească cerințe privind desfășurarea activităților de comerț. Cerințele în cauză sunt stabilite prin dispoziția primarului general sau a a pretorului de sector, după caz</p>
AIM	<p>(iv) Prezentarea post-factum a informațiilor privind prețurile. În prezent, aceste fiște trebuie completate lunar, cu un termen de minim două săptămâni înainte de începerea lunii. Propunem acceptarea prezentării acestor liste după desfășurarea evenimentului, asigurând astfel date reale și oferind mai multă flexibilitate comercianților, având în vedere situațiile specifice, precum absența producătorilor din motive climatice sau de familie</p>	<p>Nu se acceptă. Propunerea formulată nu se referă la conținutul proiectului de Strategie supus consultărilor publice</p>
AIM	<p>(v) Informarea celor mai mici antreprenori (micro și mici) prin intermediul informației online și a ghidurilor despre procedurile de autorizare a acestui tip de evenimente.</p>	<p>Nu se acceptă. Este inclus în plan acțiuni nr. 5 a) elaborarea și promovarea Ghidurilor practice pentru comercianți (ghiduri privind regulile de comerț interior în piețe, târguri și iarmarocace, comerț stradal, alimentație publică, comerț electronic, etc.);</p>

AIM	<p>(vi) Ghidurile privind regulile de comerț interior în piețe, târguri și iarmarocae, comerț stradal, alimentație publică, comerț electronic etc., trebuie să fie pe larg mediatizate și disponibile în format digital/electronic pe cât mai multe surse</p>	<p>Nu se acceptă. Este inclus în plan acțiuni nr 26 Organizarea activităților de informare și consultare în domeniul comerțului electronic pentru antreprenori și consumatori prin: crearea rubricii tematice pe pagina web a DGECT;</p> <p>Se ia act. Părțile interesate vor fi identificate în procesul de creare a platformei de dialog public-privat în domeniul comerțului local municipal.</p>
AIM	<p>La Obiectivul specific 1.5. Dezvoltarea dialogului public-privat în domeniul comerțului interior - AIM susține ideea creării Platformei de dialog public-privat în domeniul comerțului interior și este ferm convinsă că acest instrument va aduce valoare adăugată sectorului comercial la nivel local. AIM își exprimă disponibilitatea de a face parte din această platformă de discuții.</p>	
AIM	<p>La Obiectiv specific 2.3. Facilitarea dezvoltării comerțului electronic – AIM după consultarea cu membrii săi scate în evidență necesitatea revizuirii reglementărilor normative în acest domeniu în sensul facilitării și stimulării dezvoltării acestui tip de comerț. AIM este deschis pentru acordarea unor informații mai ample în acest domeniu și delegarea unui specialist în cazul în care se acceptă propunerea, însă în prezentul document ne vor rezuma la câteva cele mai esențiale, cum sunt:</p> <p>(i) Revizuirea taxelor plătite de către operatorii economici în funcție de mărimea acestora conform clasificării conștinute în Legea 179/2016[2]. Acest fapt va duce la majorarea taxelor pentru întreprinderile cu rulaje online mari și va ușura povara de pe cei micro și mici. Ca și impact comerțul online va fi stimulat, iar încasările la bugetul local vor fi acoperite de taxele mai mari pentru întreprinderile cu cifre de afaceri semnificative;</p>	<p>Nu se acceptă. Propunerea formulată nu se referă la conținutul proiectului de Strategie supus consultărilor publice. Se recomandă prezentarea recomandării în cauză la etapa consultărilor publice ale proiectului de decizie „Cu privire la aprobarea și punerea în aplicare a taxelor locale pentru anul 2024”</p>
AIM	<p>(ii) Eliminarea obligației de a desemna / stabili un sediu fizic pentru comerțul online. El tocmai de aceea și este online că nu există fizic. Plățile cu cardul pe website[3] și livrarea instantanee elimină necesitatea prezenței fizice. În ceea ce privește adresa fizică, aceasta reprezintă adresa juridică a companiei și este oficial înregistrată la ASP.</p>	<p>Nu se acceptă „Tine de competența legiuitorului și a autorităților publice centrale de specialitate. Propunerea va putea fi discutată în cadrul platformei de dialog public-privat în domeniul comerțului interior în vederea inițierii unor modificări în legislație.</p>

AIM	<p>La Obiectivul specific 3.2. Încurajarea consumului de produse locale</p> <p>- AIM indiscutabil susține acest obiectiv și scoate în evidență că măsurile de mediacizare sunt bune însă nu sunt pe deplin suficiente.</p> <p>AIM propune intervenția la cadrul normativ local pentru a acoperi lacunele cadrului normativ național, care ar asigura și ar facilita accesul și prezența micilor antreprenori la raft, târguri, iarmarocă, și orice alt tip de evenimente.</p>	<p>Nu se acceptă. Intervenția la cadrul normativ local pentru a acoperi lacunele cadrului normativ național contravine prevederilor Legii 100/2017 cu privire la actele normative.</p> <p>Propunerea va putea fi discutată în cadrul platformei de dialog public-privat în domeniul comerțului interior în vederea inițierii unor modificări în legislație.</p>
-----	---	--