

Planul Local de Acțiune Suceava

PIEȚE URBANE SUSTENABILE

Document realizat in cadrul proiectului “**Piețe urbane sustenabile**”
cofinanțat de programul URBACT II, Prioritatea 2.1





CUPRINS

1. Introducere	3
1.1. Programul URBACT.....	3
1.2. Cadrul contextual al funcționării piețelor locale.....	4
1.3. Descrierea generală a proiectului	5
2. Context legislativ (desfasurarea activitatii de comert in pietele)	9
3. Identificarea factorilor implicați și constituirea Grupului Local de Sprijin Suceava.....	16
3.1. Identificarea factorilor implicați în activități conexe cu domeniul proiectului.....	16
3.2. Prezentarea membrilor grupului local de sprijin Suceava	17
4. Piața – concept integrat	34
5. Dezvoltarea analizei strategice SWOT a piețelor locale în municipiul Suceava.....	35
5.1 Factorii externi - oportunități și amenințări	35
5.2. Factorii interni – puncte tari și puncte slabe	46
6. Stabilirea viziunii generale de dezvoltare a piețelor locale	50
7. Actiunile propuse pentru implementare in perioada 2014 – 2020.....	51
8. Oportunitati de finantare pentru perioada 2014 – 2020	88

1. INTRODUCERE

1.1. PROGRAMUL URBACT

URBACT este un program european dezvoltat în cadrul politicii de coeziune a Uniunii Europene, Obiectivul de cooperare teritorială, care facilitează schimbul de informații în vederea promovării dezvoltării urbane durabile. Programul oferă posibilitatea orașelor să conlucreze în scopul obținerii de răspunsuri la provocările urbane majore, confirmând rolul crucial pe care centrele urbane îl au în confruntarea cu schimbările tot mai complexe prin care trece societatea. URBACT susține orașele în dezvoltarea de soluții pragmatice, noi și durabile, care integrează dimensiunile socială, economică și cea privind mediul înconjurător. Programul facilitează schimbul de bune practici și experiențe între toți specialiștii europeni implicați în domeniul politicii urbane.

În prezent, în Programul URBACT sunt implicate 290 de orașe, 29 de țări și 5000 de participanți activi. **Proiectele finanțate prin programul URBACT II se derulează în două faze: faza de dezvoltare și faza de implementare.**

Pe fondul intensificării provocărilor pe termen lung, precum globalizarea, presiunea asupra utilizării resurselor și îmbătrânirea populației, dar și a reglementărilor europene și guvernamentale din ce în ce mai aspre privitor la impozitarea carbonului, a apei sau a costurilor de depozitare a deșeurilor se impune găsirea unor modalități de conștientizare publică a mediului economic urban asupra necesității de înțelegere a conceptului de sustenabilitate și de adoptare a unor măsuri care să redefinească modele noi de operare a propriilor afaceri.

În contextul dezvoltării fără precedent a comerțului și a spațiilor destinate activităților comerciale în Municipiul Suceava, administrația locală are responsabilitatea de a interveni și iniția proiecte prin care să asigure un curs sustenabil dezvoltării locale, pentru conservarea patrimoniului natural, sprijinirea creării unei economii locale stabile și cu promovarea unui grad înalt de ocupare a forței de muncă.

Toate aceste angajamente vin în întâmpinarea îndeplinirii obiectivelor *Strategiei pentru creștere inteligentă, sustenabilă și incluzivă - Europa 2020*, prin care se dorește ca prin acțiuni la nivel comunitar să se ajungă la transformarea Uniunii Europene într-o economie a secolului 21 - inteligentă, sustenabilă și incluzivă, care să conducă la creșterea ocupării pe piața muncii, a productivității și a coeziunii economice, sociale și teritoriale.

Programul de cooperare teritorială interregională pentru rețeaua de dezvoltare urbană URBACT II reprezintă un program de schimb de experiență și cunoaștere pentru orașe, care contribuie la Inițiativa CE “Regiuni pentru schimbare economică”, având ca obiectiv general satisfacerea necesarului de informații în procesul de eficientizare a politicilor de dezvoltare urbană în Europa și sprijinind pregătirea proiectelor dezvoltate în cadrul programelor naționale.

Programul se implementează cu finanțare de la Uniunea Europeană prin Fondul European de Dezvoltare Regională prin Programul URBACT 2007-2013 (80%), de la Guvernul României (13%) și cu contribuție de la bugetul local (7%).

1.2. CADRUL CONTEXTUAL AL FUNCȚIONĂRII PIEȚELOR LOCALE

Suceava este un centru comercial de referință pentru o largă vecinătate: mall-urile și piețele sale sunt în mod regulat vizitate de mii de cumpărători locali, precum și străini (de asemenea din Ucraina și Republica Moldova). Marile centre comerciale prezintă avantajul de a oferi o mare diversitate de produse într-o singură unitate de desfacere, dar activitatea se desfășoară într-un cadru impersonal, fără a permite un contact direct cu comerciantul primar și nu oferă mereu servicii de bună calitate. Numărul mare de astfel de centre localizate în municipiul Suceava și supradimensionarea raportat la nevoile locale le face greu re-adaptabile și acest lucru conduce la apariția unor probleme financiare, închideri, relocări și falimente. Producătorii locali au posibilitatea să încheie contracte de închiriere de spații de vânzare în interiorul supermarket-urilor, dar condițiile trebuie să fie avantajoase de ambele părți, alternativa o constituie piața pe terenul public.

În prezent Primăria Municipiului Suceava are în derulare proiectul “Piața regională sustenabilă BAZAR Suceava”, finanțabil prin Programul de Cooperare Elvețiano-Român, urmărește să devină un proiect-pilot pentru renovarea zonelor



comerciale. Soluția adoptată constă într-un set de tehnologii inovatoare în România, care includ eficiență energetică, iluminat și surse regenerabile și are ca scop transformarea pieței locale de produse industriale într-un spațiu atractiv și care să ofere servicii de calitate consumatorului local.

Totodată, s-a identificat necesitatea renovării și a celorlalte piețe locale urbane, într-un mod unitar și integrând toate dimensiunile unei modernizări folosind măsuri inovative, în concordanță cu obiectivele U.E.

1.3. DESCRIEREA GENERALĂ A PROIECTULUI

Proiectul “**Piețe urbane sustenabile**” este cofinanțat de Uniunea Europeană prin Fondul European de Dezvoltare Regională în cadrul Programului de cooperare interregională pentru rețeaua de dezvoltare urbană URBACT II, Prioritatea 2.1 Orașe atractive și în coeziune – Schimb de experiență și învățare – Piețe URBACT - Piețe urbane sustenabile.

Piața urbană abordată în contextul proiectului în municipiul Suceava se referă la un mix de clădiri/standuri/puncte de desfacere destinate produselor alimentare și industriale tradiționale, inclusiv pentru cele certificate sub brandul “*Produs în Bucovina*”, care a devenit deja cunoscut la nivel național. Astfel, prin deschiderea unui acces larg la piața de desfacere, Primăria municipiului Suceava poate veni și ea în sprijinul producătorilor locali de produse alimentare, a meșteșugarilor creatori de obiecte de cult, de îmbrăcăminte populară, concomitent cu prezervarea obiceiurilor tradiționale. Municipiul Suceava urmărește să dezvolte o rețea integrată de 3 piețe locale permanente consacrate: Piața Centrală (Piața Mare), Piața George Enescu (Piața Mică) și Piața Burdujeni, dar și piețele temporare (volante) organizate pe spațiul public central, cu ocazia unor evenimente locale.

Plecând de la convingerea că piețele urbane reprezintă o forță motrice pentru dezvoltarea locală și regenerarea urbană, creează potențial și impact economic, social, turistic și cultural, precum și în domeniul planificării urbane, s-a stabilit ca obiectiv general al proiectului – demonstrarea fezabilității piețelor urbane concepute sustenabil și impulsionearea afacerilor producătorilor de mărfuri “*Produs în Bucovina*”.

Obiectivul principal al proiectului este acela de a *demonstra fezabilitatea unei piețe locale de produse agro-alimentare și de artizanat concepute sustenabil, concomitent cu impulsionearea afacerilor producătorilor de mărfuri tradiționale “Produs în Bucovina”.*

Obiectivele specifice se referă la:

- a) *elaborarea unui Plan de acțiuni pentru sprijinirea dezvoltării Piețelor locale agro-alimentare și de produse de artizanat localizate pe spațiul public,*
- b) *constientizarea publică privitor la potențialul pe care îl poate oferi acest sector pentru dezvoltarea economiei locale, având în vedere măsuri de conservare și îmbunătățire a calității mediului înconjurător urban,*
- c) *informarea și promovarea proiectului prin activități de încurajare și sprijinire a afacerilor producătorilor de produse alimentare, a meșteșugarilor creatori de obiecte de artizanat, pentru păstrarea și perpetuarea obiceiurilor tradiționale locale și dezvoltarea pieței turistice locale.*

Perioada de desfășurare: 01.05.2012-30.04.2015, respectiv 01.05.2012 - 31.10.2012 pentru faza de dezvoltare și 01.02.2013 - 30.04.2015 pentru faza de implementare.

Activitățile de planificare și promovare se adresează către 3 domenii cheie de intervenție:

1. regenerare urbană în zona centrală, prin crearea unui cadru favorabil intensificării comerțului cu mărfuri tradiționale locale (produse de artizanat și alimentare locale purtând brandul “*Produs în Bucovina*”), prin intervenții precum:

- Introducerea pieței urbane în planificarea urbanistică, aceasta putând fi considerată ca un nucleu polarizator pentru dezvoltare de servicii și activități în zona de acțiune
- Estimarea impactului direct și indirect asupra economiei locale pentru a influența deciziile de la nivel administrativ
- Implicarea actorilor cheie în regenerarea pietelor
- Găsirea de alternative de finanțare – parteneriate public-private, stabilirea gradului de intervenție și control, responsabilități publice vs. private
- Găsirea de mijloace de comunicare a beneficiilor existentei unei piețe locale dezvoltate, adaptate la așteptările clienților.



- promovarea în Municipiu a unor activități economice cu emisii poluante reduse, prin intervenții precum:
- Menținerea unei colaborări între zona RURALĂ și URBANĂ pentru creșterea nivelului de trai și o dezvoltare teritorială echilibrată și sustenabilă
- Piața privită ca infrastructură suport pentru comunicare între cele două zone, modalități corecte și eficiente de promovare și reglementare
- Dezvoltarea brandurilor locale, a produselor ecologice și specializarea pe tip de produs

- Reducerea efectelor mobilității datorate funcționării piețelor locale
 - Practicarea unui management eficient al deșeurilor rezultate și măsuri de reciclare a lor
 - Propunerea unor măsuri de utilizare a surselor de energie regenerabile, beneficii și posibilități de finanțare.
2. crearea de locuri de muncă și sprijinire a antreprenoriatului, prin susținerea afacerilor producătorilor locali, dar și prin stimularea dezvoltării economice locale și regionale, având în vedere elemente precum:
- efectele dezvoltării turismului local ca urmare a modernizării piețelor locale și a promovării lor ca punct de atracție turistică



- orice activitate economica are nevoie de **UN MESAJ SIMPLU DE REȚINUT ȘI DE IMPACT**, de o strategie de marketing și comunicare, care să cuprindă zona, segmentarea, alocarea de spații poziționate și dimensionate pe bază de analiză cost – beneficiu
- depășirea stereotipului de piață agroalimentară de modă veche și găsirea unui sistem de funcționare orientat spre client: varietate produse, ore de program, servicii conexe inovative cu valoare adăugată
- creșterea competitivității pentru a face față competiției din partea supermarket-urilor
- piața ca element polarizator de dezvoltare a altor activități economice directe și indirecte.

Activitățile ce vor fi desfășurate în cadrul proiectului sunt:

- Transfer de cunoștințe, experiență și bune practici cu partenerii proiectului prin participarea la întâlniri transnaționale și vizite de studiu
- Dezbateri și consultări cu Grupul Local de Sprijin în cadrul ședințelor locale
- Realizarea unui Plan Local de Acțiune pentru promovarea și implementarea conceptului de piața urbană sustenabilă
- Organizarea Internațională a Piețelor – octombrie 2014
- Diseminare și informare publică prin buletine informative, roll-up, conferințe de presă, comunicate de presă (scrisă și online), broșuri, pliante, note informative



- Informarea și influențarea autorității de management pentru Programe Operaționale, Ministerul Dezvoltării Regionale și Administrației Publice
- Informarea și influențarea autorităților europene în scopul alocării de finanțări nerambursabile pentru acest tip de acțiuni prin programul URBACT
- Instruire și informare membri GLSU organizată cu sprijinul URBACT
- Instruire și informare la nivel politic decizional organizată cu sprijinul URBACT.

2. CONTEXT LEGISLATIV

Regulile generale de exercitare a formelor specifice de comerț cu amănuntul și prestări de servicii în unele zone publice, precum și cerințele minime de dotare necesare realizării acestor activități s-au stabilit prin Hotărârea Guvernului nr. 348/2004, modificata prin : Hotărârea Guvernului nr. 1334/2004, Hotărârea Guvernului nr. 164/2005 și Hotărârea Guvernului nr. 321/2008

În sensul acestei hotărâri, prin comerț în unele zone publice se înțelege activitatea de comercializare a produselor și serviciilor, desfășurată permanent sau sezonier în piețe, târguri, pasaje publice, drumuri publice și străzi sau în orice zonă de altă natură destinată folosinței publice, cu excepția celor administrate special.

Astfel, organizarea comerțului în zone publice se va face după următoarele prevederi:



ART. 5

(1) Comerțul cu amănuntul sau prestarea de servicii în zone publice se desfășoară în piețe locale și/sau în teritorii delimitate, special amenajate, dotate corespunzător specificului fiecărei activități, având asigurate, prin serviciile de administrare a zonelor publice, utilitățile generale: apă, canal, electricitate, gaze, după caz.

(2) Desfășurarea operațiunilor comerciale în structuri de vânzare cu sediu permanent, temporar sau

sezonier, după caz, în zone publice se face numai în baza autorizației autorității administrației publice locale.

ART. 6

(1) În zonele publice își poate/pot desfășura activitatea:

- a) orice persoană juridică care desfășoară activitate de comercializare cu amănuntul a produselor;
- b) asociațiile familiale, precum și persoanele fizice autorizate, inclusiv meșteșugarii;
- c) producătorii agricoli individuali și asociațiile acestora, care își comercializează propriile produse agricole și agroalimentare;
- d) persoanele fizice care își vând ocazional bunurile proprii în piețe organizate în acest scop.

(2) Cei care își desfășoară activitatea în zone publice, prevăzuți la alin. (1), sunt denumiți în continuare utilizatori.

Organizarea comerțului în piețe și târguri se va face după următoarele prevede:

ART. 7

(1) Tipurile de piețe ce pot fi organizate în zone publice sunt:

- a) piețe agroalimentare: structuri de vânzare destinate comercializării legumelor, fructelor, laptelui și produselor locale, cărnii și produselor din carne, ouălor, mierii și produselor apicole, produselor conservate, peștelui, florilor, inclusiv artificiale, și a articolelor pentru acestea, semințelor, cerealelor, păsărilor și animalelor mici, inclusiv a articolelor pentru acestea, precum și a unor articole de uz gospodăresc, realizate de mica industrie sau de micii meșteșugari, ca și a unor articole nealimentare de cerere curentă;
- b) târguri: structuri de vânzare destinate comercializării legumelor, fructelor, animalelor vii, inclusiv a articolelor necesare acestora, lânii, furajelor, cerealelor, semințelor, produselor artisanale și meșteșugărești, produselor industriale și a materialelor de construcții;
- c) bâlciuri: structuri de vânzare destinate comercializării produselor agroalimentare și nealimentare, artisanale, meșteșugărești și activităților de agrement destinate petrecerii timpului liber;



- d) piețe mixte: structuri de vânzare destinate comercializării produselor și serviciilor specifice piețelor agroalimentare și târgurilor;
- e) piețe volante: structuri de vânzare având utilitățile asigurate, respectiv apă, canal, electricitate, destinate exercitării comerțului cu amănuntul și prestării de servicii către consumatori, din rulote, autovehicule speciale sau standuri dotate corespunzător;
- f) talciocuri: locuri delimitate de autoritățile publice locale, organizate săptămânal sau periodic, destinate vânzării obiectelor personale ale persoanelor fizice.

(2) În funcție de perioada de funcționare, piețele agroalimentare sunt de următoarele tipuri:

- a) piețe permanente, amplasate după necesitățile locale de regulă în zonele de atracție comercială;
- b) piețe volante, amplasate după necesitățile locale și având o durată limită de funcționare în timpul zilei, organizate în zone stabilite de administrația publică locală.

(3) Târgurile pot fi:

- a) generale - cuprinzând alături de grupe de produse specifice agroalimentare și o gamă diversificată de produse industriale
- b) specializate - oferind spre vânzare o diversitate de produse din sectorul industrial sau organizate pentru o grupă de produse individualizată, cum ar fi: târgul de animale, târgul de mașini auto, târgul de ceramică, târgul de animale de companie etc.

(4) Tipurile de piețe prevăzute la alin.

(1) sunt denumite în continuare piață.

Amplasarea și funcționarea piețelor:

ART. 8

La amplasarea și la realizarea pieței se va ține seama și de următoarele principii:

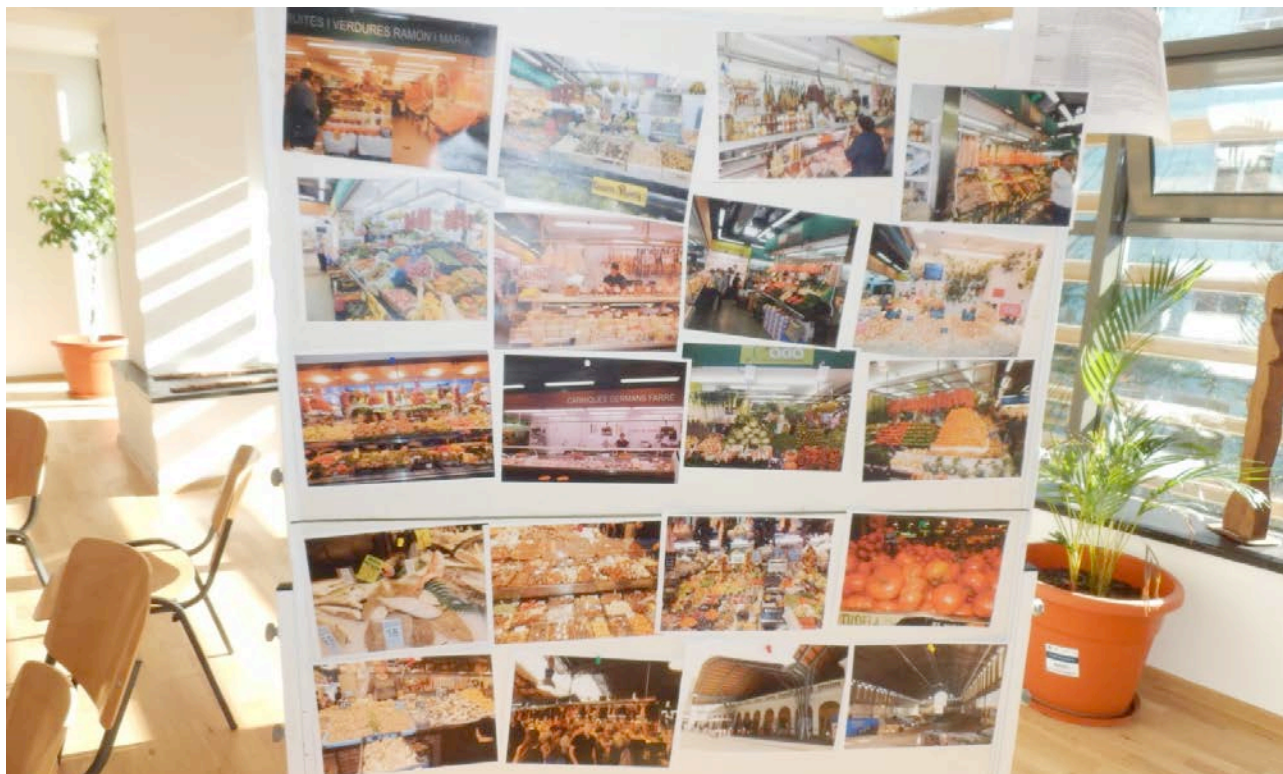
- a) încadrarea, inclusiv din punct de vedere constructiv și de protejare a mediului, în planul urbanistic general și în planul de urbanism zonal;
- b) accesul facil al consumatorilor și utilizatorilor în piață;
- c) asigurarea de legături cu arterele principale de acces;
- d) rezervarea unui spațiu suficient pentru desfășurarea activității;
- e) existența locurilor de parcare atât pentru autovehicule destinate utilizatorilor pieței, pentru a permite aprovizionarea la punctele de vânzare, cât și pentru consumatori, semnalizate corespunzător;



- f) existența, după caz, a spațiilor de depozitare a mărfurilor și echipamentelor necesare în dotarea piețelor.

ART. 8¹

- (1) Pentru înființarea piețelor volante, autoritățile locale vor identifica locațiile optime în termen de 15 zile de la data intrării în vigoare a prezentei hotărâri.
- (2) În spațiile astfel identificate vor funcționa piețe volante pentru comercializarea produselor de către asociațiile de producători și producătorii agricoli individuali.



ART. 9

- (1) Piețele pot funcționa în baza autorizației de funcționare eliberate de autoritățile publice locale, după obținerea autorizației sanitare de funcționare și a celorlalte autorizații speciale potrivit reglementărilor legale și cu respectarea prezentelor prevederi.
- (2) Piețele se organizează și funcționează pe baza regulamentelor proprii, elaborate în funcție de tipul acestora, în conformitate cu dispozițiile prezentei hotărâri și cu respectarea modelului prevăzut în anexa care face parte integrantă din prezenta hotărâre. Regulamentul este supus avizării autorităților publice locale.
- (3) În piețele agroalimentare în care comercianții desfac produse specifice, accesul acestora este permis numai în spații de vânzare special amenajate, într-o zonă separată de producătorii agricoli. Punctele de vânzare ale comercianților persoane juridice vor fi dotate cu case de marcat, aceștia fiind obligați să elibereze cumpărătorilor bonuri fiscale, în condițiile legii.

Dotarea piețelor, conform Hotărârii 348/2004, se va face după următoarele cerințe:

ART. 12

(1) Piețele, cu excepția celor ce comercializează animale vii, vor fi asigurate cu servicii care să faciliteze desfășurarea activității în condiții optime, potrivit legii, dimensionate în funcție de numărul locurilor de vânzare și de tipul de piață, respectiv:

- a) spații pentru depozitarea mărfurilor și a ambalajelor;
- b) spații pentru păstrarea și închirierea cântarelor și a echipamentelor de protecție;
- c) locuri pentru amplasarea cântarelor de control;
- d) bazine compartimentate pentru spălarea legumelor și fructelor;
- e) fântâni cu jeturi de apă potabilă, amplasate pe platou, sau alte surse de apă potabilă;
- f) birou administrativ;
- g) spații pentru păstrarea materialelor de întreținere și de curățenie;
- h) locuri de parcare;
- i) punct de colectare a deșeurilor rezultate din activitatea comercială;
- j) punct cu mijloace inițiale de intervenție pentru P.S.I.;
- k) WC-uri publice.



(2) Administratorul pieței are obligația de a asigura pentru închiriere producătorilor agricoli care comercializează legume, fructe, cereale și semințe un număr de cântare în stare de funcționare egal cu cel al locurilor de vânzare destinate acestora din cadrul pieței.

(3) Administratorul pieței, cu excepția pieței volante, are obligația de a asigura funcționarea în cadrul acesteia a unui număr de cântare tip balanță sau basculă cu capacitate de peste 30 kg la o singură cântărire, necesare cântării mărfurilor vândute/achiziționate în cantitate mare. Acest serviciu se prestează gratuit.

ART. 13

(1) Piețele în care se comercializează animale vii vor fi dotate cu servicii specifice care să faciliteze desfășurarea respectivei activități în condiții optime, potrivit legii, și anume:

- a) fântâni cu jeturi de apă potabilă, amplasate pe platou, sau alte surse de apă potabilă;
- b) WC-uri publice;

- c) birou administrativ;
- d) spații pentru păstrarea materialelor de întreținere și de curățenie;
- e) locuri de parcare;
- f) punct de colectare a deșeurilor;
- g) punct cu mijloace inițiale de intervenție pentru P.S.I.;
- h) punct de control veterinar;
- i) spațiu special amenajat pentru animalele suspecte de a fi bolnave;
- j) containere ermetice din materiale protejate anticorrosiv, pentru animale moarte;
- k) fose septice pentru reziduuri de natură organică;
- l) alte dotări prevăzute de legislația veterinară.

(2) În cazul piețelor mixte, în care se comercializează și animale vii, prevederile alin. (1) se cumulează cu prevederile art. 12.



ART. 14

(1) Activitatea de prestări de servicii de alimentație publică, ce se realizează în incinta pieței, se organizează numai în structuri de vânzare specializate, cu respectarea prevederilor privind condițiile igienico-sanitare și de protecție a vieții, sănătății și intereselor economice ale consumatorilor.

(2) În cazul în care activitatea de comercializare se desfășoară în piețe cu specific agroalimentar sau în cadrul sectoarelor din piețe destinate desfacerii produselor agroalimentare, administratorul

pieței nu va admite accesul în piață sau în sectorul respectiv al persoanelor care nu fac dovada îndeplinirii condițiilor legale pentru exercitarea activității de comercializare a altor produse în afara celor agroalimentare sau de uz gospodăresc.

ART. 15

Administratorul pieței stabilește tarifele pentru serviciile prestate, cu respectarea prevederilor legale, și asigură informarea corespunzătoare a utilizatorilor pieței, prin afișarea acestor tarife în locuri vizibile, ușor accesibile utilizatorilor.

ART. 16

Administratorul pieței atribuie locuri de vânzare producătorilor agricoli și comercianților produselor de uz gospodăresc, în ordinea solicitărilor și în limita locurilor de vânzare existente în sectorul din piață destinat desfacerii acestor produse, în conformitate cu regulamentul pieței.

ART. 17

Pentru desfășurarea unui comerț civilizată și pentru menținerea unor raporturi corecte între utilizatorii pieței și consumatori, administratorul pieței are obligația:

- să asigure verificarea periodică, din punct de vedere metrologic, a cântarelor pe care le oferă spre închiriat utilizatorilor pieței;
- să controleze dacă mijloacele de măsurare din proprietatea utilizatorilor pieței sunt verificate din punct de vedere metrologic și să interzică folosirea celor care nu corespund prevederilor legale în vigoare;
- să asigure gratuit cântare de control, verificate metrologic conform actelor normative în vigoare, pentru verificarea de către cumpărători a corectitudinii cântărilor.

ART. 18

Administratorul pieței va asigura salubritatea acesteia zilnic și ori de câte ori este necesar.



3. IDENTIFICAREA FACTORILOR IMPLICAȚI ȘI CONSTITUIREA GRUPULUI LOCAL DE SPRIJIN SUCEAVA

3.1. IDENTIFICAREA FACTORILOR IMPLICAȚI ÎN ACTIVITĂȚI CONEXE CU DOMENIUL PROIECTULUI

Este recunoscut faptul că participarea publică și implicarea cetățenilor în dezvoltarea unor modalități de înțelegere comună a obiectivelor, problemelor și posibilelor strategii ce oferă soluții la probleme poate îmbunătăți calitatea planificării unei decizii, implementării și evaluării acesteia, crește eficiența în termeni financiari, efectivitatea, transparența, acceptabilitatea și sprijinul public, dar și legitimitatea acesteia.

Beneficiile rezultate: se îmbunătățește calitatea deciziilor, anumite probleme și dificultăți sunt identificate în faza de planificare, iar consultarea în faza de planificare duce la agreerea unor aspecte controversate și la prevenirea apariției opoziției în procesul de luare a deciziilor, poate preveni apariția unor întâzieri și reduce costurile în faza de implementare, crește acceptabilitatea măsurilor, responsabilizarea membrilor comunității, procesul de luare a deciziilor devine mai democratic, pune în mâna comunităților locale puterea de a influența deciziile. Deasemenea, consultările publice determină consolidarea capacității de a planifica la nivel local, crește încrederea publică în capacitatea de luare a deciziilor, învățarea și schimbul de experiență.

Ca urmare, au fost contactate instituții și organizații locale cu activitate în sectorul public și privat, care pot influența și/sau sunt influențați de demersul de dezvoltare durabilă a piețelor locale urbane. Astfel, 16 instituții au semnat Acordul de asociere nr. 24950/27.08.2012, și au format Grupul Local de Sprijin Suceava, care și-a desfășurat activitatea pe durata fazei de dezvoltare a proiectului. Primele două întâlniri, în faza de dezvoltare, au fost derulate după cum urmează:

1. 06 septembrie 2012
2. 31 octombrie 2012

Acestea au permis dezbateri ce au dus la înțelegerea clară a obiectivelor proiectului de către toți participanții, au facilitat completarea studiului privind starea existentă în care se găsesc piețele în momentul demarării proiectului, au permis crearea unui plan sumar de acțiuni, care, supuse atenției în cadru partenerial, a putut sta la baza fundamentării unui pachet de activități ce trebuie desfășurate în faza de implementare a proiectului. Deasemenea, în urma propunerilor făcute de către participanți, în faza următoare de proiect, parteneriatul a fost extins la 20 de membri, și s-a semnat din nou Acordul de asociere privind participarea în cadrul Grupului Local de Sprijin Suceava în vederea realizării proiectului “Piețe urbane sustenabile” nr. 11950/22.04.2013, care a consacrat aprobarea implicării acestor instituții.

Grupul Local de Sprijin are în prezent următoarea componență:

1. Direcția Administrația Piețelor, Primăria Municipiului Suceava
2. Consiliul Județean Suceava
3. Agenția de Plăți și Intervenții pentru Agricultură
4. Asociația pentru Turism Bucovina
5. Asociația Produs în Bucovina
6. Camera de Comerț și Industrie Suceava
7. SC Relians Corp SRL Suceava
8. Universitatea Ștefan cel Mare Suceava, Facultatea de Industrie Alimentară
9. Universitatea Ștefan cel Mare Suceava, Facultatea de Științe Economice și Administrație Publică
10. ONG Asociația GEC Bucovina
11. Monitorul de Suceava
12. Organizația Națională Cercetării României, Suceava
13. Serviciul Autorizare activități comerciale și organizare evenimente culturale, Primăria Municipiului Suceava
14. Compartimentul Turism, Primăria Municipiului Suceava
15. Shopping City Suceava
16. Direcția Sanitar Veterinară și pentru Siguranța Alimentelor Suceava
17. Agenția pentru Protecția Mediului Suceava
18. Agenția de Turism Monny Travel Suceava
19. ONG Asociația Promotorii Bucovinei
20. Crai Nou Suceava



3.2. PREZENTAREA MEMBRILOR GRUPULUI LOCAL DE SPRIJIN SUCEAVA

Primele două întâlniri din faza de implementare, organizate în datele de 28 mai 2013 și 26 iunie 2013, au avut ca scop cunoașterea Grupului Local de Sprijin, stabilirea domeniilor principale în care au experiență și își desfășoară activitatea, a modului în care sunt afectați de stadiul de dezvoltare a piețelor, a punctelor tari și slabe, a modului de interesare și a posibilei implicări în stabilirea unei strategii de implementare a conceptului modern de piață locală și a dezvoltării unui cadru logistic sustenabil pentru un comerț atractiv și bine integrat din punct de vedere economic, social și al mediului înconjurător.

Confirmarea alegerii acestor organizații ca parte interesată în obiectivele acestui proiect derivă din prezentarea proprie pe care fiecare participant la GLSU și-a făcut-o în cadrul evenimentelor menționate. Prezentăm mai jos aceste organizații, văzute din perspectivă proprie:



Denumire organizație - firmă	AGENȚIA PENTRU PROTECȚIA MEDIULUI SUCEAVA
Puncte tari	<ul style="list-style-type: none"> - cunoașterea legislației în domeniul mediului aplicabilă dezvoltării proiectelor cu impact - cunoașterea situației actuale prin monitorizarea agenților economici și a proiectelor depuse în vederea aprobării
Puncte slabe	<ul style="list-style-type: none"> - posibilitatea participării la proiecte cu impact de mediu - imposibilitatea accesării de fonduri pentru menținerea proiectelor de mediu
Cum credeți că veți fi afectați de dezvoltarea piețelor urbane	Direct
Posibilă implicare în dezvoltarea piețelor urbane	Indirectă
Vă rugăm să detaliați modul în care organizația dvs. Va fi afectată de dezvoltarea piețelor urbane	<ul style="list-style-type: none"> - proiectele de investiție pentru dezvoltarea tuturor piețelor (cele 3) vor avea nevoie de avize, acorduri atât în faza de proiectare, cât și apoi în momentul demarării activităților, necesitând îndeplinirea unor condiții pentru evitarea impactului asupra mediului, precum și adaptarea unor soluții prietenoase cu mediul (emisii reduse de poluanți, o gestionare corespunzătoare a deșeurilor etc) - activitatea ulterioară a piețelor va fi monitorizată în vederea respectării legislației de mediu și neafectării factorilor de mediu.



Denumire organizație - firmă	<i>CAMERA DE COMERȚ ȘI INDUSTRIE SUCEAVA</i>
Puncte tari	<ul style="list-style-type: none"> - o echipă preponderent tânără, bine pregătită, gata să accepte noi provocări și cu idei de dezvoltare a organizației - spații moderne pentru birouri și săli de curs modernizate - spații suficient de mari pentru organizarea evenimentelor economice și activitatea de târguri și expoziții - o locație bună în oraș - posibilitatea accesării de proiecte care să sprijine dezvoltarea IMM-urilor
Puncte slabe	<ul style="list-style-type: none"> - sumele noastre primare de finanțare sunt cotizațiile membrilor (IMM-uri) și activitățile contracost – în ani de criză suntem direct afectați de problemele de cash ale IMM-urilor - un spațiu de parcare restrâns
Cum credeți că veți fi afectați de dezvoltarea piețelor urbane	Direct
Posibilă implicare în dezvoltarea piețelor urbane	Directă
Vă rugăm să detaliați modul în care organizația dvs. Va fi afectată de dezvoltarea piețelor urbane	<ul style="list-style-type: none"> - organizarea de tematiche în spații modernizate și vom putea promova mai mulți agenți economici pe plan național și internațional - am putea pune bazele unui cluster în zona produselor tradiționale pentru care putem obține finanțări europene și astfel putem promova firmele pe plan internațional sprijinindu-le în încheierea de contracte noi - organizarea de misiuni economice în țările cu piețe locale foarte bine dezvoltate și organizate (schimb de experiență)



Denumire organizație - firmă	<i>DIRECȚIA SANITARĂ VETERINARĂ ȘI PENTRU SIGURANȚA ALIMENTELOR</i>
Puncte tari	<p>Obiective:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Siguranța alimentară și implicit sănătatea publică – control oficial în unități procesare, transport, depozitare, comercializare, alimentație publică. - avizarea și autorizarea unor proiecte / obiective care să respecte legislația națională și europeană – inclusiv pe domeniul produselor tradiționale.
Puncte slabe	-
Cum credeți că veți fi afectați de dezvoltarea piețelor urbane	Direct
Posibilă implicare în dezvoltarea piețelor urbane	Indirectă
Vă rugăm să detaliați modul în care organizația dvs. Va fi afectată de dezvoltarea piețelor urbane	<ul style="list-style-type: none"> - posibilitatea creării unor noi locuri de muncă – prin angajarea de personal veterinar (medici) care să asigure controlul oficial conform REG. CE. 882/2004 – pe întreg lanțul alimentar - participarea la promovarea produselor autohtone a unor producători



Denumire organizație - firmă	<i>Serviciul Autorizare activități comerciale și organizare evenimente culturale / Compartimentul Turism / PRIMĂRIA MUNICIPIULUI SUCEAVA</i>
Puncte tari	<ul style="list-style-type: none"> - rețea diversificată de piețe bine amplasate - zonă de interes turistic și investițional
Puncte slabe	<ul style="list-style-type: none"> - infrastructură învechită – fără utilități moderne - dezinteres din partea producătorilor locali - dificultăți în ceea ce privește mobilitatea - lipsa spațiului pentru extindere
Cum credeți că veți fi afectați de dezvoltarea piețelor urbane	Direct
Posibilă implicare în dezvoltarea piețelor urbane	Directă
Vă rugăm să detaliați modul în care organizația dvs. va fi afectată de dezvoltarea piețelor urbane	<ul style="list-style-type: none"> - creșterea numărului de locuri de muncă - creșterea veniturilor de la bugetul local - promovarea mai bună a imaginii municipiului Suceava; brand Suceava / Bucovina - îmbunătățirea sustenabilă a aspectului urban - implementarea sistemelor non-poluante - reglarea cererii și a ofertei – satisfacerea mai bună a nevoii cetățenilor de produse alimentare ecologice.



Denumire organizație - firmă	<i>DIRECȚIA ADMINISTRAȚIA PIEȚELOR / PRIMĂRIA MUNICIPIULUI SUCEAVA</i>
Puncte tari	<ul style="list-style-type: none"> - piețe situate în zone cu potențial agricol și turistic ridicat - piețe aflate în puncte nodale și un vad comercial - crearea unor deprinderi și obiceiuri de a cumpăra produse proaspete - parcare auto Zona Centrală
Puncte slabe	<ul style="list-style-type: none"> - piețe descoperite (George Enescu, Burdujeni) - prezența infiltrațiilor în acoperișul Pieței Centrale (disconfort) - lipsa locurilor de parcare / parcare insuficientă - lipsa esteticului și a bunului gust în aspectul general
Cum credeți că veți fi afectați de dezvoltarea piețelor urbane	Direct
Posibilă implicare în dezvoltarea piețelor urbane	Directă

Vă rugăm să detaliați modul în care organizația dvs. va fi afectată de dezvoltarea piețelor urbane	<ul style="list-style-type: none"> - modernizarea piețelor prin investiții în clădiri și infrastructură - punct maxim de interes – integrare turism și conectivitate
---	--



Denumire organizație - firmă	<i>AGENȚIA DE PLĂȚI ȘI INTERVENȚIE PENTRU AGRICULTURĂ (A.P.I.A.)</i>
Puncte tari	<ul style="list-style-type: none"> - contactul direct cu micii și marii producători - susținerea fermelor prin subvențiile pe care instituția le derulează, atât din fonduri europene cât și naționale
Puncte slabe	<ul style="list-style-type: none"> - legislația care limitează implicarea personalului angajat în rezolvarea unor probleme ridicate de fermieri - personal insuficient, cu încărcătură mare de atribuții
Cum credeți că veți fi afectați de dezvoltarea piețelor urbane	Direct
Posibilă implicare în dezvoltarea piețelor urbane	Directă
Vă rugăm să detaliați modul în care organizația dvs. va fi afectată de dezvoltarea piețelor urbane	<p>A.P.I.A. implicată în organizarea unor festivaluri, ca de exemplu:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Festivalul Mărului – Fălticeni • Festivalul Lăptarilor – Câmpulung Moldovenesc <p>A.P.I.A. – implicată nu numai în a susține și încuraja producția fermelor și dezvoltarea ei, ci și în valorificarea produselor obținute.</p>



Denumire organizație - firmă	<i>S.C. MONNY TRAVEL S.R.L. SUCEAVA</i>
Puncte tari	<ul style="list-style-type: none"> - cunoașterea pieței turistice locale - posibilitatea contactării agențiilor de turism de la nivel național - realizarea de pachete turistice, ofertare
Puncte slabe	- infrastructura slabă, accesibilitate redusă
Cum credeți că veți fi afectați de dezvoltarea piețelor urbane	Direct
Posibilă implicare în dezvoltarea piețelor urbane	Directă
Vă rugăm să detaliați modul în care organizația dvs. va fi afectată de dezvoltarea piețelor urbane	<ul style="list-style-type: none"> - vom putea promova târguri locale, produse autohtone, asigura fluxul de turiști - posibilitatea creșterii numărului de nopți de cazare



Denumire organizație - firmă	<i>CONSILIUL JUDEȚEAN SUCEAVA</i>
Puncte tari	<ul style="list-style-type: none"> - existența unei „Strategii de dezvoltare” realizată la nivelul județului Suceava care cuprinde toate ariile de activitate - autoritate publică ce coordonează activitățile primăriilor din județ și se implică în toate activitățile ce urmăresc dezvoltarea județului
Puncte slabe	- interesul scăzut al unor administrații publice locale
Cum credeți că veți fi afectați de dezvoltarea piețelor urbane	Direct

Posibilă implicare în dezvoltarea piețelor urbane	Directă
Vă rugăm să detaliați modul în care organizația dvs. Va fi afectată de dezvoltarea piețelor urbane	- piețele urbane sunt parte integrantă din dezvoltarea județului atât la nivel economic, turistic, social și de mediu



Denumire organizație - firmă	ASOCIAȚIA „PRODUS ÎN BUCOVINA”
Puncte tari	- singura asociație de profil din județ - grad de reprezentativitate ridicat - oferă produse autentice, din majoritatea ramurilor
Puncte slabe	- capacitate organizațională limitată - heterogenitate cu mărimea membrilor, piețe de desfacere, abordare tehnologică - neintegrarea producătorilor primari, obstacole în comercializare
Cum credeți că veți fi afectați de dezvoltarea piețelor urbane	Direct
Posibilă implicare în dezvoltarea piețelor urbane	Directă
Vă rugăm să detaliați modul în care organizația dvs. va fi afectată de dezvoltarea piețelor urbane	- interese comerciale directe - platformă de prezentare a membrilor și a produselor lor - implicare în colaborarea inter-organizațională



Denumire organizație - firmă	<i>ASOCIAȚIA PENTRU TURISM „BUCOVINA”</i>
Puncte tari	<ul style="list-style-type: none"> - experiență de peste 11 ani în domeniul promovării turistice la nivel național, în realizarea materialelor de promovare - implicare activă a membrilor
Puncte slabe	<ul style="list-style-type: none"> - resurse financiare limitate - reticența stakeholderilor din turism de a deveni membri într-o asociație profesională
Cum credeți că veți fi afectați de dezvoltarea piețelor urbane	Direct
Posibilă implicare în dezvoltarea piețelor urbane	Directă
Vă rugăm să detaliați modul în care organizația dvs. Va fi afectată de dezvoltarea piețelor urbane	<ul style="list-style-type: none"> - ofertă diversificată în ce privește atracțiile turistice ale orașului - Asociația poate dezvolta pachete și programe turistice în care sunt incluse și piețele urbane - o mai bună vizibilitate a activităților zonei și a acțiunilor Asociației - locații potrivite pentru crearea unor evenimente (degustări, expoziții gastronomice) inițiate în parteneriat.



Denumire organizație - firmă	<i>ORGANIZAȚIA NAȚIONALĂ CERCETAȘII ROMÂNIEI (FILIALA SUCEAVA)</i>
Puncte tari	<ul style="list-style-type: none"> - implicarea în educația tinerilor prin metoda scout (învățarea prin acțiune, nonformal în mediu) - voluntariat, proiecte de tineret, participarea la campanii naționale
Puncte slabe	<ul style="list-style-type: none"> - nevoia de adulți (lideri) care să se formeze în spiritul scout pentru a-i educa pe tineri - locație pentru un sediu adecvat
Cum credeți că veți fi afectați de dezvoltarea piețelor urbane	Indirect
Posibilă implicare în dezvoltarea piețelor urbane	Indirectă
Vă rugăm să detaliați modul în care organizația dvs. Va fi afectată de dezvoltarea piețelor urbane	<ul style="list-style-type: none"> - dezvoltarea socială și a comunității afectează tinerii: <ul style="list-style-type: none"> • Cunoașterea factorilor de tradiție • Implicarea lor în activitățile orașului • Realizarea proiectelor lor într-un spațiu corect amenajat • Promovarea activităților și spiritului scout.



Denumire organizație - firmă	ASOCIAȚIA PROMOTORII BUCOVINEI
Puncte tari	<ul style="list-style-type: none"> - promovarea valorilor culturale - susținerea tinerilor talentați în diverse domenii de interes public
Puncte slabe	<ul style="list-style-type: none"> - resurse financiare limitate
Cum credeți că veți fi afectați de dezvoltarea piețelor urbane	Direct
Posibilă implicare în dezvoltarea piețelor urbane	Directă
Vă rugăm să detaliați modul în care organizația dvs. va fi afectată de dezvoltarea piețelor urbane	<ul style="list-style-type: none"> - loc de manifestare a activităților cultural-educative pentru tineri, spațiu de organizare a activităților ca alternativă de petrecere a timpului liber, promovarea tinerelor talente, a tradițiilor și valorilor culturale - interacțiune între membrii societății



Denumire organizație - firmă	S.C. CRAI NOU S.A. SUCEAVA
Puncte tari	<ul style="list-style-type: none"> - credibilitate, informare, transparență, acces direct cu cetățeanul, experiență, profesionalism
Puncte slabe	<ul style="list-style-type: none"> - vizibilitate redusă on-line
Cum credeți că veți fi afectați de dezvoltarea piețelor urbane	Indirect

Posibilă implicare în dezvoltarea piețelor urbane	Directă
Vă rugăm să detaliați modul în care organizația dvs. va fi afectată de dezvoltarea piețelor urbane	<ul style="list-style-type: none"> - dezvoltare locală = dezvoltare economică - exemplu de bune practici



Denumire organizație - firmă	<i>UNIVERSITATEA „ȘTEFAN CEL MARE” SUCEAVA</i>
Puncte tari	<ul style="list-style-type: none"> - cadre didactice bine pregătite (experți) - implicare în proiecte de cercetare - număr mare de parteneriate încheiate
Puncte slabe	-
Cum credeți că veți fi afectați de dezvoltarea piețelor urbane	Indirect
Posibilă implicare în dezvoltarea piețelor urbane	Indirectă
Vă rugăm să detaliați modul în care organizația dvs. va fi afectată de dezvoltarea piețelor urbane	<ul style="list-style-type: none"> - Servicii pentru suport de dezvoltare a afacerilor - Universitatea este influențată de dezvoltarea piețelor urbane - Piețele vor genera noi locuri de muncă pentru absolvenți, în industriile conexe



Denumire organizație - firmă	<i>S.C. SUCEAVA SHOPPING CITY S.R.L.</i>
Puncte tari	<ul style="list-style-type: none"> - așezare în zona de interes local, vizibilitate bună - gamă largă de servicii și produse - accesibilitate bună și facilități pentru cumpărători și comercianți - poziționare într-o zonă de pol comercial
Puncte slabe	<ul style="list-style-type: none"> - puterea de cumpărare scăzută a locuitorilor - concurența acerbă în segment
Cum credeți că veți fi afectați de dezvoltarea piețelor urbane	Indirect
Posibilă implicare în dezvoltarea piețelor urbane	Indirectă
Vă rugăm să detaliați modul în care organizația dvs. Va fi afectată de dezvoltarea piețelor urbane	<ul style="list-style-type: none"> - prin dezvoltarea de activități ale producătorilor locali se va genera prosperitate și se vor putea vinde mai multe produse și servicii, se va dezvolta turismul local, ceea ce va determina efervescență economică.





Denumire organizație - firmă	S.C. RELIANS CORP S.R.L. SUCEAVA
Puncte tari	<ul style="list-style-type: none"> - 14 ani de experiență în managementul proiectelor cu finanțare nerambursabilă - Peste 400 de proiecte finanțate - Peste 150 de proiecte implementate cu asistență RELIANS - Peste 1 mld. Euro valoare a proiectelor finanțate - Rata de succes a proiectelor realizate de peste 90% - Respectarea standardelor internaționale de calitate (Certificare SR EN ISO 9001:2008 – sistem de management al calității; Certificare SR EN ISO 14001:2005, Certificare OHSAS 18001:2008) - Atestare AMCOR (Asociația Consultanților în Management din România) - Viziunea de ansamblu este un rezultat al expertizei acumulate de consultanții noștri pe cei patru piloni ai managementului dezvoltării: Strategii de dezvoltare și analize de oportunitate, Management de proiect, Evaluare, monitorizare și control, Asistentă tehnică - Echipă de profesioniști - Birouri regionale în Iasi, Suceava, Bucuresti, Cluj-Napoca
Puncte slabe	Personal insuficient pentru volumul de servicii acordate
Cum credeți că veți fi afectați de dezvoltarea piețelor urbane	Indirect
Posibilă implicare în dezvoltarea piețelor urbane	Indirect
Vă rugăm să detaliați modul în care organizația dvs. Va fi afectată de dezvoltarea piețelor urbane	Dezvoltarea piețelor urbane presupune dezvoltare economică și nevoia de management eficient a afacerilor din domeniu, ceea ce ar putea constitui un posibil portofoliu de clienți pentru realizarea de documentatii de finantare pentru următoarea perioadă programatică și pentru consultanță în managementul afacerii



Denumire organizație - firmă	ONG Asociația GEC Bucovina
Puncte tari	<ul style="list-style-type: none"> - Credibilitate - Experiență - Profesionalism - Număr mare de voluntari - Cunoașterea legislației în domeniul mediului
Puncte slabe	Resurse financiare limitate
Cum credeți că veți fi afectați de dezvoltarea piețelor urbane	indirect
Posibilă implicare în dezvoltarea piețelor urbane	indirect
Vă rugăm să detaliați modul în care organizația dvs. va fi afectată de dezvoltarea piețelor urbane	<ul style="list-style-type: none"> - Reducerea nivelului de poluare în aer - Reducerea nivelului de poluare fonică

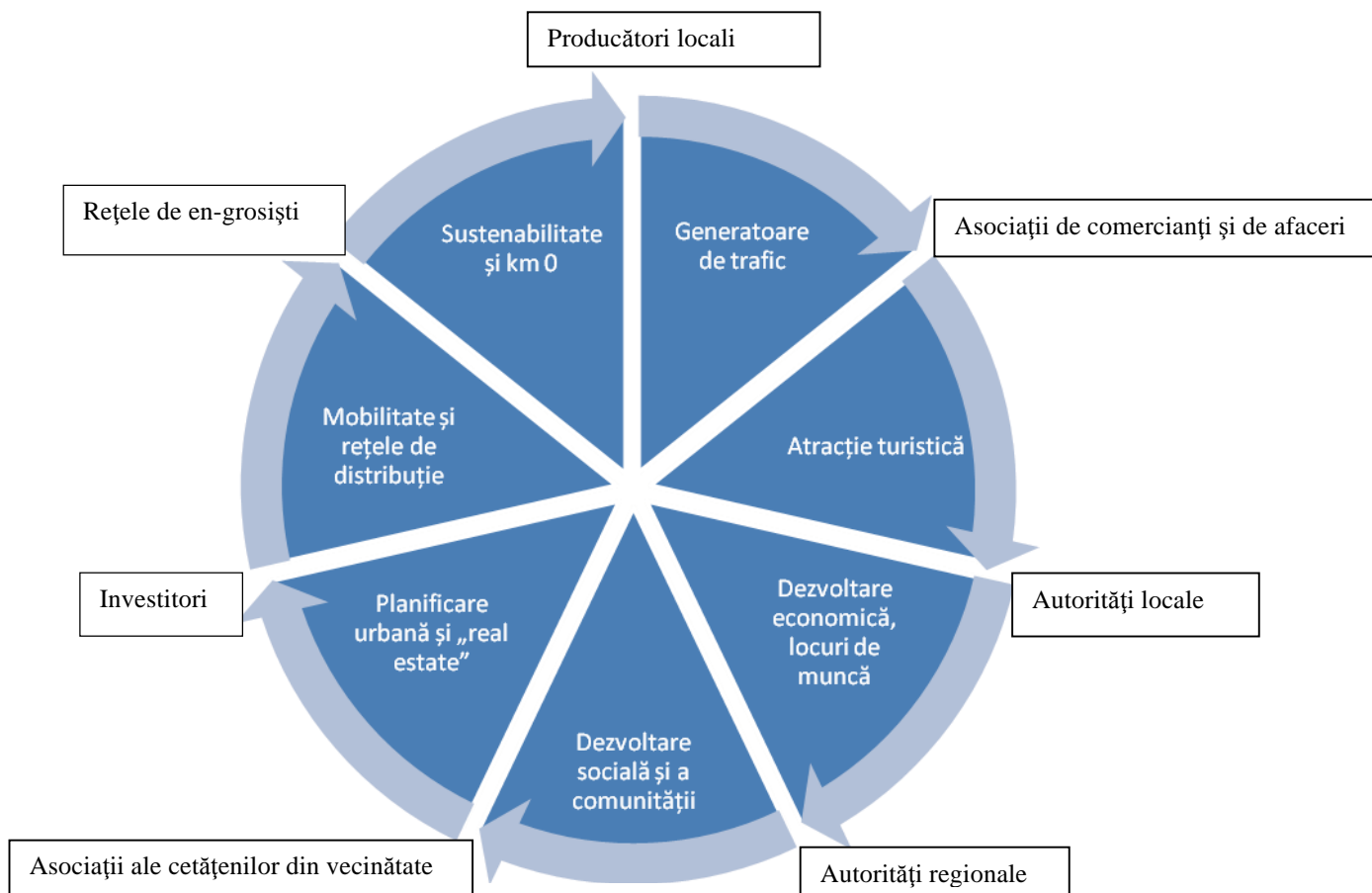
Denumire organizație - firmă	Monitorul de Suceava
Puncte tari	<ul style="list-style-type: none"> - Credibilitate - Experiență - Profesionalism - Popularitate
Puncte slabe	Resurse financiare limitate
Cum credeți că veți fi afectați de dezvoltarea piețelor urbane	indirect

Posibilă implicare în dezvoltarea piețelor urbane	indirect
Vă rugăm să detaliați modul în care organizația dvs. va fi afectată de dezvoltarea piețelor urbane	Prin accesul direct și larg către grupurile de cetățeni, ne putem îmbunătăți activitatea și crește implicarea în viața comunității locale, sporind astfel și nivelul afacerii



4. PIAȚA – CONCEPT INTEGRAT

Modelul de piață a viitorului se bazează pe accepțiunea în care piața trebuie să aibă un rol major în viața comunității, în cadrul activităților comerciale locale și în dezvoltarea urbană locală.



Grupul local de sprijin cu activitate continuă are în componență producători locali, asociații de comercianți și de afaceri, autorități locale, autorități regionale, instituții de învățământ superior, firme de consultanță în dezvoltarea de afaceri și obținere de finanțări externe nerambursabile, organizații de educare a tinerilor, în timp ce pentru a putea implica și celelalte părți interesate, a fost necesar să realizăm un chestionar individualizat pentru comercianții din piețe și pentru cumpărători, obținând astfel opinii despre percepția asupra stării piețelor și despre neajunsurile identificate, dar și sugestiile care vor influența procesul de planificare strategică.

5.DEZVOLTAREA ANALIZEI STRATEGICE SWOT A PIEȚELOR LOCALE ÎN MUNICIPIUL SUCEAVA: OPORTUNITĂȚI, AMENINȚĂRI, PUNCTE TARI ȘI PUNCTE SLABE

În acest demers au fost implicați toți reprezentanții instituțiilor identificate ca părți interesate cheie și care au format echipe de lucru după competențe și domenii de activitate, pentru a stabili principalii factori / sub-factori care au implicație, impacturile posibile ale acestora asupra piețelor și a anumitor acțiuni menite să utilizeze beneficiile sau să contracareze efectele negative specificate.

Modul de lucru urmărește 5 faze progresive – listarea factorilor pe fiecare domeniu, identificarea impacturilor potențiale și posibila lor dezvoltare viitoare, stabilirea importanței pentru fiecare impact prin notarea lui cu o notă între 1 și 10, analiza factorilor interni, realizarea de scenarii alternative și stabilirea celui mai performant scenariu.



5.1. FACTORII EXTERNI, RESPECTIV OPORTUNITĂȚILE ȘI AMENINȚĂRILE,

au fost analizați detaliat prin metodologia PESTLE, definind și analizând domeniile prioritare care au influență asupra piețelor, stabilind ca direcții de analizare factorii / domeniile: *politic, economic, social, tehnologic, legislativ, ecologic*.

Fiecare sub-factor ce se identifică este analizat din perspectiva impactului posibil, i se acordă o notare între 1-10 semnificând importanța impactului potențial (între 1-minim și 10-maxim) și totodată sunt sugerate acțiunile posibile pentru contracarea efectului negativ sau, după caz, exploatarea potențialului pozitiv.

Din analiza factorilor externi, referitoare la oportunități și amenințări, situația analizată se prezintă după cum urmează:



Factori politici												Acțiune posibilă pentru exploatarea sau evitarea subfactorilor		
Subfactori politici	Impact posibil	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
Politici fiscale	- creștere economică sanatoasă prin scăderea inflației - creștere competitivitate prin creșterea ofertei și nu prin scăderea cererii							x						
	- încurajare / descurajare a activității economice							x						
Politici comerciale	- reglementarea pieței									x				- cooptarea expertizei internă existente în prezent: pentru a determina cum poate fi îmbunătățit Regulamentul intern al piețelor - analiza posibilităților de îmbunătățire a conținutului Regulamentului pieței - îmbunătățirea regulamentului intern al piețelor - activități ale poliției locale comerciale țintite spre respectarea legilor și regulamentelor - extinderea zonelor de desfacere pentru producătorii locali
Politici regionale	- promovarea și dezvoltarea activităților economice specifice zonei								x					- comunicare între toți factorii decizionali locali pentru o bună promovare a zonei = crearea unei platforme de comunicare - coordonare/corelare între instituții locale atunci când se organizează evenimente, între Camera de Comerț și Industrie Suceava, Produx în Bucovina, Consiliul Județean Suceava, market-uri, etc = o agendă comună și întărirea coeziunii dintre instituțiile abilitate și informarea agențiilor turistice - site cu rezultate transparente ale analizelor de calitate a produselor - întărirea coeziunii locale regionale
Politici de incluziune socială	- creșterea gradului de civilizație și ocupării, scăderea infracționalității - prestigiu							x						- campanii de promovare a producătorilor locali - organizare schimb de experiențe în țări UE și cu participarea unor producători/comercianți locali - organizare de cursuri gratuite de specializare/calificare pentru șomeri/tineri

														- organizarea de cursuri de perfecționare pentru comercianți (cursuri finanțate prin fonduri europene) - locuri de muncă pentru „copiii străzii”	
Politici de protecție a mediului	- valorificarea resurselor regenerabile (energie solara,eoliana) Mediu curat si sanatos Imbunătățirea nivelului de trai												x		
Aplicarea riguroasă a legislației	- piață stabilă - concurență loială - garantarea calității produselor													x	- campanie de analiză pentru nivelul pesticidelor utilizate de către fermieri - campanii de control periodic a calității produselor cu publicarea rezultatelor - adaptabilitatea regulamentelor piețelor - creșterea implicării și rolului Asociației pentru protecția consumatorilor, funcționează în baza OG 26/2000; este și membră în diverse structuri naționale, cum ar fi „Comisia Interministerială pentru Supravegherea Pieței Produselor și Serviciilor și Protecția Consumatorilor”, „Comisia pentru Securitatea Produselor” și „Comisia pentru Clauze Abuzive”
Neutralitate și stabilitate politică	- continuitate în dezvoltarea economică - sustenabilitatea proiectelor													x	- susținerea proiectelor inițiate anterior de un grup politic, chiar dacă se schimbă partidul de la putere trebuie să punctăm importanța acțiunilor în interesul producătorilor și nu a clasei politice. - finalitatea demersului: documentele cu pricina să fie aprobate de Consiliul Local - formularea unei strategii de dezvoltare a piețelor și a unui cadru legislativ favorabil și stabil pentru funcționarea piețelor

Factori economici												
Subfactori economici	Impact posibil	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Acțiune posibilă pentru exploatarea sau evitarea subfactorilor
Restricții bugetare	- fluctuațiile bugetare afectează continuitatea / sustenabilitatea pieței urbane									x		
Dezvoltarea filierelor de distribuție	- diversitate									x		- identificarea de noi posibilități de comercializare a produselor (canale noi de distribuție) - diferențierea pe categorii de marfă
Dezvoltarea lanțului de aprovizionare	- în creștere								x			- intrarea pe piață cu aprovizionare specializată pe categorii de produse
Mecanism de finanțare externă	- impact major										x	
Mecanism de finanțare internă	- impact major										x	- instabilitate economică - costuri mari ale finanțării - instabilitate valutară
Sistem integrat pentru piețele volante	- prezentare unitară a conceptului de piață									x		
Stimularea de produse și servicii conexe	- creșterea competitivității și a calității produselor - dezvoltarea economică a regiunii								x			- servicii de igienă competente - produse tradiționale regionale, nu neapărat alimentare - spații de desfășurare a agenților economici dispuși să activeze în cadrul piețelor - apariția unor noi produse asociate între diferiți producători
Magazine specializate	- ofertă specializată pe grupuri țintă								x			- preluarea conceptelor de succes și implementarea în piață - preluarea de metode de promovare de la mărcile de succes
Înființarea de noi piețe tematice naționale / internaționale	- posibilitatea dezvoltării de noi piețe tematice temporare / permanente							x				- campanii de informare și promovare - festivaluri pe categorii de produse
Crearea de noi mărci locale	- diversitate - atractivitate - îmbunătățirea imaginii locale							x				- păstrarea tradițiilor locale (reînființare, promovare, susținere) - înființarea unor noi firme care să preia rețetele de succes locale prin metode noi de dezvoltare
Colaborări și parteneriate	- dezvoltarea fluxului de									x		- colaborări între domeniul public și privat

	mărfuri - schimbarea mentalității											
Crearea de noi locuri de muncă	- impact major asupra comunității									x		- prin dezvoltarea capacităților de producție și a rețelelor de distribuție
Stimularea concurenței pentru crearea de produse de calitate superioară	- ofertă diversificată - posibilitatea de a alege								x			- crearea de standarde de calitate în producție pentru a obține rezultate neașteptate

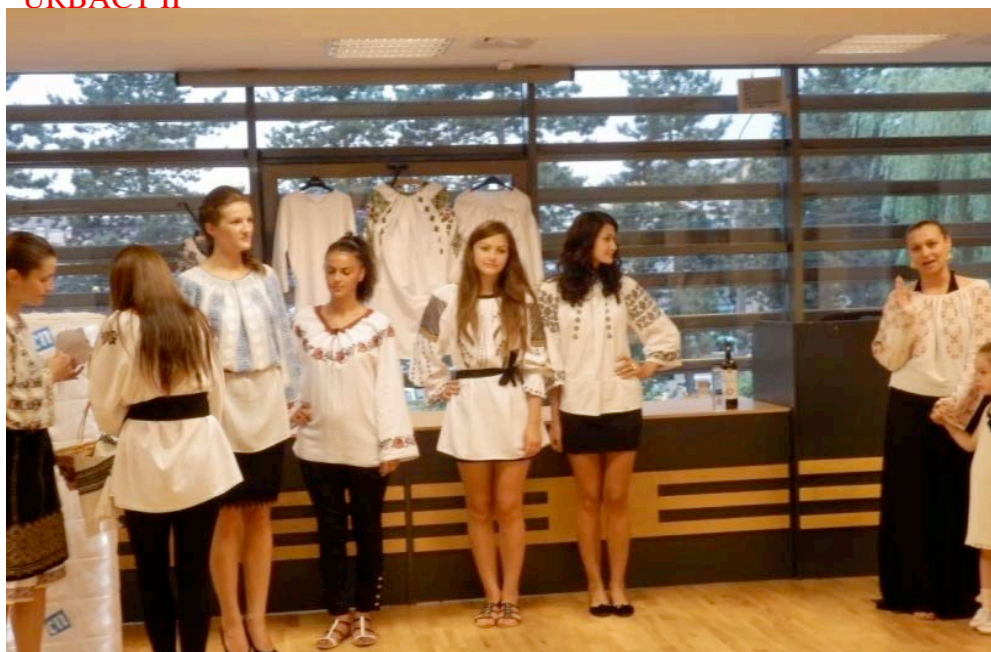


Factori sociali													
Subfactori sociali	Impact posibil		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Acțiune posibilă pentru exploatarea sau evitarea subfactorilor
Atitudinea față de piața agroalimentară	Pozitivi – piața viitoare	Negativi – piața actuală							X				- dezvoltarea comportamentului de consum pentru produse locale
	- condiții moderne de vânzare	- insalubră											
Valori proprii ale cumpărătorilor	- creșterea valorii - fidelizarea clienților	- lipsa punerii în valoare a produselor						X					
Opinii ale consumatorilor	- pozitivă	- neutră								X			- campanie de promovare a pietelor (prezentări pozitive), de ce merită efortul de a merge în piață?
Preferințe pentru anumite branduri	- posibilitatea manifestării interesului pentru anumite branduri	- insuficientă promovare									X		- încurajarea și fidelizarea pentru consumul de mărci locale - etichetarea produselor, proveniența lor explicată mai bine
Rolul cultural al piețelor	- în creștere	- insesizabil				X							
Stil de viață	- în creștere									X			- încurajarea producerii de produse ecologice locale - de creat condiții pentru a continua acest stil de viață (deja existent)
Obiceiuri de consum	- în creștere	- medii									X		- identificarea obiceiurilor de consum pe categorii de vârstă, sociale, etc. - creșterea vânzărilor prin vânzare încrucișată - amplasare panouri explicative pentru produse (proveniență, producere) - campanie de promovare cu tematică - interesul pentru produse bio
Schimbări demografice	- schimbarea profilului cumpărătorului tânăr	- îmbătrânire							X				

Socializare și petrecerea timpului liber	- noi posibilități de petrecere a timpului liber (socializare)									X			<ul style="list-style-type: none"> - încurajarea activităților culturale - amenajarea unor spații potrivite - prezentări demonstrative culinare (simple și care să respecte condițiile de igienă și siguranță alimentară) - crearea de spații verzi adiacente, de spații de odihnă (bănci la umbră)
Campanie de educare și informare a populației pentru consumul produselor locale	- crearea de pârghii pentru creșterea consumului de produse locale	-								X			<ul style="list-style-type: none"> - promovarea în diverse medii (școli, instituții) a produselor locale - pliante de promovare a produselor locale - campanii de promovare prin explicarea importanței dezvoltării economice locale prin sprijinirea producătorilor locali - reclamă
Cursuri de perfecționare în vânzare și promovare	- formare profesională	-									X		<ul style="list-style-type: none"> - perfecționarea abilităților de vânzare, promovare în rândul vânzătorilor
- Factori religioși (posturi, ceremonii)	- creșterea de oferte și adaptarea acestora în funcție de evenimente și perioade religioase	-								X			<ul style="list-style-type: none"> - adaptarea producției în funcție de evenimentele religioase - campanii de promovare a produselor specifice perioadelor religioase (pliante) - cărți de bucate personalizate
Impactul pieței asupra zonei învecinate	- creșterea confortului locuitorilor din zona pieței	-									X		<ul style="list-style-type: none"> - dezvoltarea capacităților de vânzare fără a afecta confortul locuitorilor din zonă (toaletă, cosuri de gunoi, orar, curățenie) - spații tampon între piețe și zone rezidențiale - acțiuni de igienizare și ecologizare a zonei - amplasare bănci și locuri de repaus - o bună funcționare a pieței înseamnă atractivitate pentru zonă. (parcare, zone verzi, igienizare, culoare de circulație mari, aspect general plăcut, inexistența problemelor tehnice).

Factori tehnologici													
Subfactori tehnologici	Impact posibil	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Acțiune posibilă pentru exploatarea sau evitarea subfactorilor	
Introducerea tehnologiilor și utilajelor în comercializare pe piață	- identificarea produsului, a producătorului = siguranță alimentară										x		- monitorizare / verificare, urmărire evoluție produs – trasabilitate produs conform legii în vigoare (178/2—2, HG 984/2005)
Modificarea rapidă a tehnologiilor și utilajelor	- eficientizarea costurilor - reducerea impactului asupra mediului									x			- achiziția de utilaje și sisteme (echipamente) cu consum electric redus
Promovarea piețelor prin noi tehnologii	- Informarea publicului și promovarea locațiilor								x				- informare prin ziare, TV, radio
Informatizarea	- conectarea cu noile tehnologii media (panouri electronice – preț minim / maxim la tarabe, curs valutar)								x				- dotarea piețelor cu panouri electronice de afișaj (preț max, minim) - identificare producător, comerciant, produse, prin card - afișaj la intrarea în piață preț min/max - date identificare producător (card acces la tarabe/piață)
Comunicarea digitală	-							x					- site web pentru piață, pentru promovare (ex: www.piatasv.ro)
Tehnologii de eficiență energetică	- Impact pozitiv asupra mediului Crearea de noi locuri de munca în stații de transformare a curentului continuu în curent alternativ (în cazul montării panourilor fotovoltaice) și în centrale termice (în cazul montării panourilor solare pentru producere apă caldă menajeră și aport de încălzire) - utilizarea rațională a apei și a resurselor							x					- panouri solare / fotovoltaice, montaj și exploatare - montaj robinetei cu senzor

Factori legislativi												
Subfactori legislativi	Impact posibil	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Acțiune posibilă pentru exploatarea sau evitarea subfactorilor
Legislație privind micii producători	- sustenabilitatea afacerilor mici și mijlocii										x	- activitate de lobby - întâlnire între factori decizionali (senatori, parlamentari) și agenți economici pentru a susține interesele economiei locale
Legislație specifică piețelor	-prioritizarea producătorilor locali										x	- mobilizarea expertizei interne și de proximitate pentru stabilirea cadrului actual al funcționării pietelor; - în marile magazine să existe promovare produse locale - reglementarea unui procent din locurile din piete pentru producători locali - crearea unui grup de interes care să susțină un procent de 30% din produsele din hipermarket să fie locale.
Legislația muncii	- creșterea gradului de ocupare a forței de muncă			x								
Legislația privind produsele tradiționale	- creșterea calității ofertei și a prestigiului						x					- Cercetarea pieței privitor la factorii decizionali, aleși locali în Parlament, în vederea influențării formulării actelor legislative privind produsele tradiționale și lobby pentru luarea în considerare a propunerilor venite din partea producătorilor locali (acum se discută modificarea legislației privind condițiile și criteriile de atestare a producătorilor de produse tradiționale, în scopul clarificării unor termeni precum aliment tradițional, materie primă, atestatul de producător de produse tradiționale) - abordare și întâlnire cu deputați / senatori suceveni pentru - implicarea în dezbateră publică pentru modificarea Ordinului 690/2004 - realizarea unui grup de interes Piețe Sucevene - deputați + senatori - prin acțiuni de lobby la nivel central (parlament)
Legislația privind produsele ecologice	- creșterea calității ofertei și a prestigiului						x	x				- strategii PR
Legislația privind controlul calității produselor	- îmbunătățirea stării de sănătate a populației										x	- Creșterea rolului Asociației de Protecție a Consumatorului - mai multe puncte de control ale produselor - creșterea numărului Asociațiilor de consumatori - creșterea rolului Asociației Consumatorilor - verificarea legislației referitoare la Asociațiile de protecția consumatorilor - ar trebui să existe transparentă la nivel local privind statisticile și ar trebui acțiuni de constientizare a populației



Factori ecologici												
Subfactori ecologici	Impact posibil	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Acțiune posibilă pentru exploatarea sau evitarea subfactorilor
Aspect necorespunzător al spațiului public	- selectare a deșeurilor ineficientă (educație deficitară) - mentalitate conservatoare a consumatorilor și producătorilor cu privire la protejarea mediului										x	- dotarea pietelor cu recipiente adecvate și amplasate corespunzător - măsuri coercitive și monitorizarea respectării regulilor
Resurse ce nu pot fi refolosite	- utilizarea de energie regenerabilă								x			- eficientizarea consumului de resurse - adoptarea de echipamente pentru utilizarea energiei verzi - instalații de încălzire cu panouri solare

Legislația muncii	- utilizarea deșeurilor biodegradabile pentru obținerea compostului, a gazului								x				- conectarea pietei la o instalație de producere de biogaz, produs din deșeurile biodegradabile
Sistem de management al deșeurilor	- impact asupra mediului, asupra consumatorului - diversificarea gamei de produse											x	- constientizarea prin informare asupra colectării deșeurilor - motivarea și aplicarea măsurilor coercitive pentru respectare / nerespectare - colectare selectivă a deșeurilor
Produse ecologice	- costuri reduse, confort superior, poluare redusă								x				- constientizarea populației cu privire la o alimentație cât mai naturală
Eficiență energetică	- diversificarea gamei sortimentelor								x				
Produsele eco sunt mai căutate pe piață	- modificarea în timp a compactității								x				

5.2. FACTORII INTERNI – PUNCTE TARI ȘI PUNCTE SLABE, respectiv analiza internă dezvoltată separat pentru piețele volante și permanente, au făcut obiectul unei analize SWOT după tipar clasic și a urmărit să identifice punctele forte sau minusurile acestora, ținând cont de infrastructura pentru clienți, infrastructura comercială, conectarea la economia locală, piața privită ca loc de socializare-comunitate locală, atractivitate-promovare și atractivitate turistică. Ambele tipuri de piețe sunt un loc important de socializare **pentru comunitatea locală**, în care se face contactul direct cu producătorii și au o atractivitate turistică sporită, deoarece se păstrează valorile tradiționale privind modul de comercializare. Dar lipsa unor spații de așteptare, odihnă și repaus, fracționarea spațiilor într-un mod necorespunzător, lipsa mijloacelor de transport în comun, a bicicletelor sau a mijloacelor de transport non poluante, traficul restrâns și iregular dinspre comunele limitrofe, fac ca socializarea să fie îngreunată.

Rezultatele activității pe grupuri de lucru sunt consemnate în tabelul de mai jos:



Analiza punctelor tari și a punctelor slabe	Piețele permanente din Municipiul Suceava (Piața centrală, Piața Burdujeni, Piața George Enescu)	
	+	-
<p>Infrastructură clienți</p> <p>Infrastructura comercială</p>	<ul style="list-style-type: none"> - poziționare bună față de partea centrală și față de cartiere importante ale orașului; - accesul facil din calea rutieră; 	<ul style="list-style-type: none"> - toalete neadecvate pentru clienți; - piețe neacoperite, cu condiții dificile în anotimpul rece și în perioadele cu intemperii; - standardele actuale ale toaletelor publice și standarde de igienă necorespunzătoare; - lipsa locurilor de parcare, eventual în spatele piețelor; - lipsa încălzirii în timpul iernii; - lipsa ventilației în timpul verii; - infrastructura de parcare necorespunzătoare; - improvisații; - dotarea insuficientă cu echipamente adecvate pentru desfășurarea în condiții de siguranță alimentară (frigidere, aer conditionat); - spații exterioare pline de praf (drumuri, căi de acces); - întreținere necorespunzătoare; - pardoseala și neadaptarea la intemperii; - amenajarea necorespunzătoare a punctelor de stocare temporară a deșeurilor până la eliminare/valorificare - lipsa spațiilor de stocare (depozite cu temperaturi de refrigerare) a produselor perisabile - lipsa facilităților de cazare a producătorilor sosiți în piețe de la distanțe mari - lipsa mijloacelor de transport în comun, a bicicletelor sau a altor mijloace de

		transport non poluante;
Conectarea la economia locală	<ul style="list-style-type: none"> - existența unei legislații specifice normative privitor la factorii periculoși pentru sănătate din alimentație; - bună reprezentativitate a producătorilor locali pe piață și în creștere; - implicarea autorităților locale în încurajarea accesului producătorilor și eliminarea intermediarilor de pe piețe; 	- lipsa fiscalizării unor activități comerciale;
Loc de socializare comunitate locală	- contactul direct cu producătorii și socializare;	<ul style="list-style-type: none"> - lipsa unor spații de așteptare, odihnă și repaus în zonele limitrofe piețelor; - fracționarea necorespunzătoare a spațiilor; - lipsa mijloacelor de transport în comun, a bicicletelor sau a mijloacelor de transport non poluante; -trafic restrâns, iregulat dinspre comunele limitrofe; -acces neadaptat grupurilor specifice (persoane cu dizabilități, mame cu copii în cărucior);
Atractivitate și promovare	<ul style="list-style-type: none"> -existența elementelor tradiționale în decorarea pieței centrale (solzi ceramici); - păstrarea valorilor tradiționale privind modul de comercializare; 	<ul style="list-style-type: none"> - promovare inestetică și haotică a magazinelor limitrofe - aspect general dughenizat al spațiilor din proximitatea piețelor
Atractivitate turistică	- folosirea evenimentelor specifice locale pentru atragerea turiștilor;	- lipsa posibilității de degustare a produselor comercializate sau a produselor tradiționale pentru turiști;

Piețe volante în Municipiul Suceava

Analiza punctelor tari și a punctelor slabe	+	-
Infrastructură clienți	- o bună accesibilitate a piețelor volante; - bună vizibilitate dată de plasarea centrală;	- inconsecvența locației de amplasare a piețelor volante și insuficienta popularizarea a acesteia; - lipsă toalete publice sau ecologice moderne; - lipsa unor studii la nivel comercial prin atractivitate și tip de piață;
Infrastructura comercială		- lipsă mobilier urban corespunzător U.E.; - cadru neadecvat pentru respectarea normelor de igienă; - lipsă utilități (energie, apă-canal etc.)
Trafic și accesibilitate	- trafic intens din partea cumpărătorilor;	- perimetru redus și trafic îngreunat; - acces deficitar a persoanelor cu dizabilitati; - amplasare improprie (ex: pe zona rutieră), cu probleme de alimentare cu produse a tarabelor
Conectare la economia locală	- stimularea economiei locale, încurajarea producătorilor locali; - creșterea competitivității;	- nu există un calendar fix al piețelor volante pentru vânzători; - lipsa atractivității pietelor pentru comercianți din cauza lipsei condițiilor minime igienico-sanitare de comercializare a produselor alimentare;
Loc de socializare a comunității locale	- piețele volante sunt vizitate și de populația ce vizitează și animă zonele în care sunt plasate piețele volante;	- lipsa mijloacelor de transport în comun, a bicicletelor sau a altor mijloacelor de transport non poluante;
Atractivitate	- piețele volante cu tematic și care au amenajate locuri speciale unde populația poate degusta diverse produse	- promovare restrânsă și insuficientă; - lipsă de atractivitate a decoratiunilor; - lipsa unui calendar fix al piețelor volante;
Integrare eco		- impact necorespunzător asupra peisajului și spațiilor verzi; - spirit civic deficitar; - poluarea aerului; - gestionarea deficitară a deșeurilor rezultate din activitatea piețelor
Atractivitate turistică	- identitate locală; - promovare a valorilor locale (tradiții, meșteșuguri);	- civilizație urbană insuficient dezvoltată; - nu pot fi inserate în pachete turistice din cauza lipsei unui program fix; - lipsa inconsecvenței în calitatea evenimentelor de la om la om;

6. STABILIREA VIZIUNII GENERALE DE DEZVOLTARE A PIEȚELOR LOCALE

“În anul 2025, piețele municipiului Suceava vor deveni un spațiu autentic și prietenos, aprovizionat cu produse locale diversificate, cu dotări moderne și salubre, reprezentând un loc de socializare atât pentru localnici cât și pentru turiști!”



7. ACTIUNILE PROPUSE PENTRU IMPLEMENTARE IN PERIOADA 2014 - 2020

Obiectiv specific 1: Crearea premiselor pentru derularea activitatii de comert la standarde europene in pietele din Municipiul Suceava

Activitate 1.1.Reabilitarea si modernizarea infrastructurii pietelor din Municipiul Suceava			
Lider acțiune	Municipiul Suceava		
Tipul organizației	Autoritate publică locală		
Parteneri principali	Firme private , Producatori locali		
Rezultate previzionate	Crearea premiselor pentru derularea activitatii in pietele din Municipiul Suceava in conditii civilizate, moderne , ecologice si la standarde europene		
	Ridicarea gradului de confort pentru desfasurarea activitatilor de comert in pietele sucevene atat pentru administratia publica , comercianti cat si pentru cetateni municipiului Suceava		
	Stimularea afacerilor în mediul privat in directa legatura cu producatorii si comerciantii locali		
		Perioada	Surse
Indicatori estimativi	3 pietele (Piata Mare , Piata George Enescu si Piata Burdujeni) a caror infrastructura sa corespunda standardelor europene in privinta desfasurarii activitatii de comert	2014-2020	Buget local/Guvernul Elveției prin Programul de cooperare româno-elevețian FEDER - Programul Operational Regional 2014 – 2020
	Numarul de comercianti si diversitatea produselor traditionale care se regasesc in pietele sucevene	2017	Cercetare calitativă de piață
	Număr de cetățeni care sunt informați despre actiunile intreprinse si gradul de satisfactie al acestora referitor la investitiile realizate in infrastructura pietelor	2020	Cercetare calitativă de piață
	Număr de firme care isi desfasoara activitatea in domeniul producerii si comercializarii produselor traditionale in pietele din Municipiul Suceava	2020	Cercetare calitativă de piață

Statutul de oras european la care aspira Municipiul Suceava implica printre altele si asigurarea conditiilor optime , decente , ecologice si civilizate pentru desfasurarea activitatii de comert in pietele municipiului Suceava .

Aceste deziderate pot fi indeplinite prin realizarea unor investitii substantiale in infrastructura pietelor astfel incat acestea sa devina atractive pentru comercianti , cetateni , turisti dar in acelasi timp sa asigure si indeplinirea conceptului de piata sustenabila corelat in principal cu actiunile ce privesc protectia mediului, gestionarea deseurilor , accesibilitate , utilizarea de surse de energie alternativa pentru necesarul de functionare al pietelor , personalizare, design autentic si promovarea produselor traditionale si a producatorilor locali.

In acelasi timp una dintre problemele acute care trebuie solutionate in perspectiva atingerii



obiectivului specific este legata de facilitatile de depozitare in conditii optime , de siguranta alimentara si de protectie a consumatorului , a marfurilor , in special cele alimentare , comercializate in pietele din Suceava .

Se are in vedere atat activitatea principala si anume aceea de comert cat si activitatile adiacente , care sunt conectate in mod direct si indirect cu functionarea pietelor si care pot contribui in modalitati si in procentaje diferite la schimbarea in bine a

aspectului si functionarii pietelor sucevene .

In vederea asigurarii acestui deziderat este necesara realizarea unor lucrari de investitii in infrastructura pietelor din municipiul Suceava care vizeaza in principal :

- a) Asigurarea conditiilor optime pentru desfasurarea activitatii de comert
- b) Asigurarea confortului si sigurantei pentru clienti/cetateni
- c) Respectarea normativelor tehnice si legislatiei in vigoare , atat pentru constructii, dotari cat si pentru facilitatile necesare (deseuri , salubritate ,utilitati , protectia mediului)
- d) Respectarea principiului separarii fluxurilor (aprovizionare , clienti , comercianti , deseuri)
- e) Utilizarea materialelor regenerabile , colectarea selectiva si reciclarea deseurilor , folosirea surselor alternative pentru iluminat si incalzire
- f) Respectarea stilului arhitectural traditional al zonei (prin includerea de detalii constructive ,elemente arhitecturale si materiale de constructie) care sa respecte profilul arhitectural traditional si care sa asigure vizibilitate si atractivitate pentru cetateni/ turisti

Astfel in principal se impune realizarea urgenta a unor lucrari de investitii in pietele municipiului Suceava pentru indeplinirea acestor obiective .

Dintre investițiile necesare a fi realizate menționăm :

- g) Reabilitarea acceselor carosabile și pietonale în vecinătatea darurilor mai ales în interiorul piețelor (se impune stringent asternerea de covorașe asfaltice , suprafețe pietonale din dale de granit , reabilitarea treptelor de acces și se încintă , pavarea cu mozaic sau alte materiale a halelor cu destinație specială (carne , lactate , etc)
- h) Reabilitarea sistemului constructiv al piețelor (acoperișul și structura de rezistență , placarea zidurilor exterioare în cazul Pieței Mari , construirea unui sistem de acoperire unitar (din materiale ușoare , moderne și cu design adecvat)
- i) Amenajarea unor spații separate în interiorul piețelor destinate în special desfășurării activităților complementare (demonstrații de bucătărie tradițională , spații de alimentație publică , locuri de socializare) dar și pentru delimitarea spațiilor comerciale în regim deschis , a spațiilor cu regim termic controlat , pentru vestiare și grupuri sanitare cât și pentru spații administrative
- j) Amenajarea de spații de depozitare pentru , în special , produse alimentare (fructe , legume , produse lactate și din carne , marfuri perisabile) care să corespundă cerințelor de calitate, igienă și siguranță alimentară . În acest sens , urmând exemplul de bună practică al partenerilor din Barcelona , se propune amenajarea în subsolul piețelor (acolo unde acest lucru este posibil) sau în spații la nivelul solului create ca anexe ale spațiilor comerciale și de vânzare, a unor spații de depozitare care pot fi folosite de comercianți în scopul depozitării produselor comercializate. Aceste spații trebuie să fie propice activității de depozitare (ex: spații frigorifice pentru alimente și produse perisabile , spații ventilate corespunzător care să pastreze temperaturi optime pentru fructe ,legume și alte produse). Sistemul propus este acela de tip “ modul de depozitare “ care poate fi folosit fie în comun fie poate fi personalizat pentru fiecare producător/comerciant în parte sau poate fi alcatuit unitar pe grupe și categorii de produse .
- k) Asigurarea accesului pentru persoanele cu dizabilități și a grupurilor cu nevoie speciale
- l) Reabilitarea spațiilor adiacente piețelor (parcuri , accese pietonale și carosabile , construcții și clădiri cu aspect neadecvat derulării activității de comerț)
- m) Amenajarea unor spații adecvate pentru grupuri de turiști – ex : parcuri autocare;
- n) Instalarea unor panouri de informare referitor la produsele existente în piețe;
- o) Crearea unui plan integrat de informare la nivel administrativ (arhitect-urbanist,comercial – firme private, rent a car, agenții de turism etc.);
- p) Crearea unor facilități pentru procesarea primară a produselor ecologice pentru micii producători (exemplu Centrul de procesare a produselor ecologice de la Saschiz);
- q) Menținerea elementelor tradiționale atât în arhitectura piețelor cât și la mobilierului
- r) Crearea unei infrastructuri pentru prelucrarea secundară a produselor tradiționale în special și a celor de sezon (ex :cuptor pâine, presă de must, afumătoare, bere de casă)



- s) Crearea unei infrastructuri specifice pentru organizarea unor evenimente de promovare cu tematica gastronomică (ex : degustări de produse tradiționale , evenimente gastronomice). În principal ne referim la spații adecvate derulării unor astfel de activități și anume : spații dotate cu utilități , corturi și pavilioane de expoziție , vitrine , scaune , mese , spații de socializare

Pentru realizarea acestor investiții vor fi întocmite studiile tehnice necesare și documentațiile tehnico economice în vederea accesării fondurilor nerambursabile din cadrul FEDER - Programul Operațional Regional 2014 – 2020 în principal dar și din cadrul altor organisme care finanțează acest gen de investiții .

Estimarea este aceea ca în anul 2020 piețele sucevene să fie cu adevărat europene fără însă a se omite respectarea , așa cum am precizat anterior , a aspectului tradițional și caracteristicilor zonei , care determină specificul și unicitatea acestora în context național și european .



BUGET ESTIMAT: 2.500.000 euro

Obiectiv specific 1: Crearea premiselor pentru derularea activității de comerț la standarde europene în piețele din Municipiul Suceava

Activitate 1.2. Asigurarea dotărilor , facilităților și utilităților corespunzătoare pentru piețele din Municipiul Suceava

Lider acțiune	Municipiul Suceava		
Tipul organizației	Autoritate publică locală		
Parteneri principali	Asociații ale producătorilor locali, Asociații ale comercianților din piețele sucevene , operatori privați		
Rezultate previzionate	Crearea premiselor pentru derularea activității în piețele din Municipiul Suceava în condiții civilizate, moderne , ecologice și la standarde europene		
	Ridicarea gradului de confort pentru desfășurarea activităților de comerț în piețele sucevene atât pentru administrația publică , comercianți cât și pentru cetățenii municipiului Suceava		
	Respectarea standardelor europene referitoare la igiena , protecția consumatorului , protecția mediului , colectarea și reciclarea deșeurilor		
		Perioada	Surse
	3 piețe (Piața Mare , Piața George Enescu și Piața Burdujeni) a căror dotări , utilități și	2014-2020	Buget local Guvernul

Indicatori estimativi	facilitati sa corespunda standardelor europene in privinta desfasurarii activitatii de comert		Elveției prin Programul de cooperare româno-elevețian FEDER - Programul Operational Regional 2014 – 2020
	Număr de cetățeni care sunt informați despre actiunile intreprinse si gradul de satisfactie al acestora referitor la investitiile realizate in infrastructura pietelor	2020	Cercetare calitativă de piață
	Calitatea serviciilor , utilitatilor si dotarilor existente in pietele sucevene	2018	Cercetare calitativă de piață

Deși reabilitarea infrastructurii pietelor sucevene reprezintă premisa principală necesară a fi împlinită pentru asigurarea condițiilor optime , europene și civilizate de desfășurare a activității de comerț , aceasta nu poate îndeplini singura obiectivele propuse fără a lua în considerare dotările necesare a fi complementare conceptului de infrastructură .

Deloc de neglijat sunt aspectele care țin de securitatea și siguranța pietelor sucevene, deoarece un spațiu în care activitatea de comerț se desfășoară în condiții de siguranță și securitate reprezintă o certitudine și un plus de încredere din partea comercianților dar mai ales a cetățenilor, cu efecte directe asupra dezvoltării activității de comerț în special și a standardului de viață pentru oraș .

În acest sens, concomitent cu activitățile necesare a fi derulate pentru reabilitarea infrastructurii menționam în cadrul Planului Local de Acțiune și activitățile corelate conceptului de dotări și utilități, absolut necesare a fi implementate pentru atingerea obiectivelor proiectului :

- Reabilitarea rețelelor de utilități tehnico edilitare (acolo unde acestea există)
- Racordarea la rețelele tehnico edilitare (apă , canalizare , încălzire , iluminat) pentru spațiile care nu beneficiază de aceste dotări
- Amenajarea de puncte de colectare selectivă a deșeurilor
- Implementarea unui sistem integrat de preluare selectivă și reciclare a deșeurilor
- Utilizarea de surse de energie alternativă pentru asigurarea încălzirii și a iluminatului (în mod special implementarea proiectului referitor la încălzirea din surse alternative a



complexului comercial Bazar)

- Utilizarea unor dispozitive (gen ventiloconvectoare) care sa permita folosirea lor pentru incalzire (in sezonul rece) sau pentru ventilatie (in sezonul cald) in vederea minimizarii costurilor de investitii si optimizarii consumurilor in raport cu facilitatile create
- Dotarea cu mijloace de stingere a incendiilor si cu truse sanitare de prim ajutor
- Amenajarea si/sau reabilitarea grupurilor sanitare (toalete , dusuri, etc)
- Amenajarea sistemelor de supraveghere video (camere de supraveghere video si dispecerat) care sa permita cresterea sigurantei , prevenirea criminalitatii si reducerea infractiunilor in pietele sucevene
- Amenajarea unor puncte de informare pentru cetateni si comercianti in care sa poata fi accesate informatii referitoare la orarul de functionare , produsele traditionale , regulamente si modalitati de semnalare a unor nereguli si /sau nemulumiri referitor la functionarea pietelor sucevene
- Montarea panourilor informative si de semnalizare
- Sisteme moderne de afisare a preturilor si denumirii produselor
- Sisteme electronice de plata (ATM , POS)

Toate aceste activitati au in principal menirea de a completa lucrarile de infrastructura dar in acelasi timp, desi unele necesare pentru implementarea lor sunt sensibil mai mici decat cele pentru infrastructura , pot fi situate pe un palier egal cu activitatile legate de infrastructura pietelor din simplul motiv ca fara dotari concludente si corect dimensionate investitiile in infrastructura pot deveni ineficiente si nu pot atinge obiectivele stabilite .

In procesul de implementare a activitatilor mentionate anterior se vor lua in considerare si respecta toate normativele si prevederile tehnice legale in vigoare si , evident , vor fi considerate directivele europene in domeniu .

BUGET ESTIMAT: 450.000 Euro



Obiectiv specific 1: Crearea premiselor pentru derularea activitatii de comert la standarde europene in pietele din Municipiul Suceava

Activitate 1.3. Asigurarea accesibilitatii, sistematizarea traficului rutier si pietonal in zonele adiacente pietelor din Municipiul Suceava			
Lider acțiune	Municipiul Suceava		
Tipul organizației	Autoritate publică locală		
Parteneri principali	Inspectoratul de Politie –Directia Circulatie Suceava , ONG uri , operatori privati din pietele sucevene		
Rezultate previzionate	Crearea premiselor pentru derularea activitatii in pietele din Municipiul Suceava in conditii civilizate, moderne , ecologice si la standarde europene		
	Ridicarea gradului de confort pentru desfasurarea activitatilor de comert in pietele sucevene atat pentru administratia publica , comercianti cat si pentru cetatenii municipiului Suceava		
	Asigurarea accesibilitatii pentru comercianti si cetateni in conditii optime de flux si in scopul reducerii poluarii datorate traficului rutier si reducerii emisiilor de CO2		
		Perioada	Surse
Indicatori estimativi	3 pietele (Piata Mare , Piata George Enescu si Piata Burdujeni) a caror facilitati referitoare la accesibilitate si trafic sa corespunda standardelor europene	2014-2020	Buget local Guvernul Elveției prin Programul de cooperare româno-elevețian FEDER - Programul Operational Regional 2014 – 2020
	Număr de cetățeni care sunt informați despre actiunile intreprinse si gradul de satisfactie al acestora referitor la investitiile realizate in infrastructura pietelor	2020	Cercetare calitativă de piață
	15 autovehicule electrice aflate in exploatarea municipalitatii 3 puncte de incarcare aflate in vecinatatea pietelor principale din Suceava 40 de autobuze electrice aflate in exploatarea	2016 – 2020	Buget local Guvernul Elveției prin Programul de cooperare româno-

	<p>TPL SA</p> <p>6 locuri de parcare destinate exclusiv autovehiculelor electrice – in vecinatatea pietelor principale din Suceava</p> <p>2 puncte de încărcare instalate și semnalizate în parcare subterana din zona centrala</p>	<p>elevetian FEDER - Programul Operational Regional 2014 – 2020</p>
--	---	---

Spațiile comerciale sucevene reprezintă un punct de atracție și sunt intens accesate de către cetățeni, care călătoresc în general la cumpărături cu autoturismele personale.

Prin proiectul pilot în care Municipiul Suceava va iniția rețeaua de puncte de încărcare VE, se va avea în vedere desfășurarea unor acțiuni de informare și promovare, cu rol în stimularea unui efect multiplicator la nivelul principalilor agenți economici care oferă spații de parcare cu locuri de parcare numeroase.

Parcările mari din preajma centrelor comerciale sunt disponibile fără plată, permit accesul unui număr mare de vehicule parcate și prin aceasta încurajează deplasarea și accesul la spațiile comerciale proprii cu vehicule personale. Acest fapt poate veni în sprijinul promovării efectuării transferurilor urbane către spațiile comerciale cu VE, stabilirea unui sistem de stimulente financiare acordate la facilitățile de încărcare și chiar în interiorul magazinelor la cumpărare de produse (de ex. la produsele bio, în spațiile amenajate de alimentație publică, în raioanele cu produse electronice înglobând tehnologii inteligente).

Se va urmări ca tipul de tehnologie și accesul la punctul de încărcare să fie pe cât posibil unul standardizat, însă acest fapt depinde în mare măsură de eforturile depuse la nivelul finanțării în cercetare-dezvoltare-inovare și de politicile și directivele la nivel european transmise statelor membre.



Odată cu lucrările de modernizare a zonei centrale a orașului prin crearea a 2 facilități de parcare subterană, totalizând 164 locuri, se instalează la intrarea în parcare principală două puncte de încărcare pentru VE, care vor fi semnalizate vizibil și alocate corespunzător pentru utilizarea lor de către VE. Întrucât treptat se restrânge și condiționează accesul în zona centrală cu autovehicule, transformându-se în pietonal și spațiu de odihnă și relaxare, aceste parcări vor reprezenta singurul spațiu unde vor fi admise vehiculele pentru staționare. VE vor fi bine reprezentate prin prezența punctelor de încărcare, care asigură și posibilitatea re-încărcării autovehiculului pe timpul opririi. În prezent, parcare în aceste facilități subterane nu va fi cu plată (a fost construită din fonduri structurale și nu poate genera venituri în următorii 5 ani de funcționare), de aceea nu se pot stabili măsuri stimulative de natură financiară legate de acest aspect.

Semnalizarea vizibilă a locurilor de parcare, situarea lor la intrarea în parcaje, precum și restricționarea opririi altor vehicule pe aceste spații se constituie în măsuri stimulative ne-financiare

care vor crea un cadru favorabil viitorilor utilizatori de VE

Pe langa aceste aspecte se are in vedere realizarea de investitii (preponderent in infrastructura) care sa permita diversificarea posibilitatilor de mobilitate in legatura directa cu pietele sucevene , cresterea gradului de accesibilitate in spatiile comerciale si in zonele adiacente acestora , promovarea mijloacelor de transport ecologice atat pentru comercianti cat si pentru cetateni , optimizarea calatoriilor in scopul reducerii emisiilor de CO2 , schimbarea mentalitatii cetatenilor si comerciantilor din perspectiva modalitatilor de deplasare si transport.

Activitatile considerate a fi necesare pentru implementarea conceptului de piata urbana sustenabila sunt :

- Amenajarea de spatii adecvate si suficiente pentru parcare a autovehiculelor in imediata vecinatate a pietelor
- Semnalizare si marcaje rutiere corespunzatoare
- Dimensionarea corecta a cailor de acces spre si in interiorul pietelor
- Asigurarea accesibilitatii cu mijloacele de transport in comun (amplasarea corespunzatoare a statiilor in vecinatatea pietelor , semnalizarea lor corespunzatoare)
- Introducerea unui program strict pentru serviciile de aprovizionare cu marfa (de preferat in intervalul 22.00- 6.00 pentru a se reduce congestionarea traficului, suprapunerea fluxului de marfa cu fluxul de clienti si pentru reducerea emisilor de CO 2
- Asigurarea de spatii de parcare si puncte de incarcare pentru masini electrice
- Introducerea autovehiculelor electrice atat pentru administratia pietelor, cat si pentru comercianti si clienti in vederea reducerii impactului asupra mediului datorat traficului rutier
- Introducerea autobuzelor electrice in transportul in comun in Municipiul Suceava
- Introducerea punctelor de incarcare pentru vehiculele electrice in parcarile subterane din centrul municipiului Suceava pentru cresterea accesibilitatii acestui tip de vehicule in zona in care se va amenaja piata in aer liber destinata produselor traditionale locale
- Crearea , distribuirea si implementarea planurilor de mobilitate urbana in randul cetatenilor , comerciantilor si a altor categorii care intra in sfera de influenta a functionarii pietelor sucevene
- Introducerea de restrictii de parcare si acces in zonele destinate in mod special aprovizionarii pentru a impiedica congestionarea traficului , asigurarea fluxului optim al traficului rutier in vecinatatea pietelor si reducerea emisiilor de noxe
- Introducerea sistemelor inteligente de semaforizare , a semafoarelor pentru pietoni si a sistemului de tip “unda verde “ pentru fluidizarea si optimizarea traficului

Prin toate aceste activitati se doreste in principal indeplinirea unor cerinte minime necesare functionarii pietelor sucevene in conformitate cu prevederile internationale legate de mediu , emisii , trafic :

Pentru reducerea emisiilor datorate sectorului transporturilor, se implementează **Directiva nr. 2009/33/EC a Parlamentului European si a Consiliului din 23 aprilie 2009 privind promovarea vehiculelor de transport rutier nepoluante și eficiente din punct de vedere energetic, și îmbunătățirea contribuției sectorului transporturilor la politicile Uniunii Europene în domeniul mediului, climei și energiei**, care prevede obligația statelor membre de a aplica cel puțin una dintre următoarele opțiuni:

- stabilirea de specificații tehnice pentru performanță energetică și ecologică în documentația pentru cumpararea de vehicule de transport rutier cu privire la fiecare dintre aspectele de impact avute în vedere, precum și orice alte aspecte ale impactului asupra mediului; sau
- includerea impactului energetic și de mediu în decizia de cumparare, în sensul utilizării acestor aspecte de impact drept criterii de atribuire, în cazul în care se aplică o procedură de achiziție.



Transpunerea acestei Directive în legislația românească s-a realizat prin intermediul **Ordonanței de Urgență 40 din 20 aprilie 2011 privind promovarea vehiculelor electrice de transport rutier nepoluante și eficiente din punct de vedere energetic.**

În condițiile în care România ca stat membru UE trebuie să implementeze Directivele UE, a fost aprobată ordonanța care obligă autoritățile contractante care intră sub incidența OUG 34/2006 și operatorii de servicii publice să ia în considerare la achiziția de vehicule de transport rutier impactul energetic și de mediu pe întreaga durată de viață, sub forma consumului de energie, emisiilor de CO₂ și de NO_x, NMHC și particule, astfel în prețul de achiziție se reflectă toate costurile.

BUGET ESTIMAT: 200.000 Euro

Obiectiv specific 1: Crearea premiselor pentru derularea activității de comerț la standarde europene în piețele din Municipiul Suceava

Activitate 1.4. Organizarea cu caracter de permanentă (saptamanal) a pietelor în aer liber pentru produse tradiționale și producători locali

Lider acțiune	Municipiul Suceava	
Tipul organizației	Autoritate publică locală	
Parteneri principali	Asociația Produs în Bucovina, Consiliul Județean Suceava, alte firme și asociații din domeniu	
Rezultate previzionate	Amenajarea pieței în aer liber în zona pietonală din centrul municipiului Suceava, pentru produse tradiționale și producători locali (week end, sărbători legale, Craciun, Paști)	
	Cresterea gradului de atractivitate pentru zona pietonală – centru civic al municipiului Suceava - pentru cetățeni, producători locali cât și pentru turiști	
	Promovarea produselor tradiționale autentice, amestecurilor și a producătorilor locali	
	Perioada	Surse

Indicatori estimativi	Piata de produse traditionale in zona pietonala din centrul municipiului Suceava	2014-2020	Buget local Guvernul Elveției prin Programul de cooperare româno-elevețian FEDER - Programul Operational Regional 2014 – 2020 Parteneriate puvblic – privat
	Număr de cetățeni , producatori locali si produse traditionale prezente/participanti	2020	Cercetare calitativă de piață

In ultimii doi ani dupa finalizarea lucrarilor de reabilitare a zonei centrale a municipiului Suceava , zona pietonala situata in centrul municipiului a devenit foarte atractiva pentru cetateni si turisti deopotriva . In acest spatiu exclusiv pietonal sunt amenajate terase , locuri de socializare , banci iar zona este vizitata foarte frecvent de cetateni fie pentru petrecerea timpului liber , pentru plimbări . socializare sau pentru diverse sporturi urbane (roleskating , biciclete, etc) .

In acest spatiu functioneaza si piata suceveana in aer liber , aici se organizeaza Targul de Craciun si de Pasti si tot aici au loc diverse evenimente culturale (spectacole , manifestari in aer liber) toate acestea fiind menite sa creasca nivelul de atractivitate al zonei .

Experienta organizarii evenimentelor anterioare a demonstrat ca participarea cetatenilor municipiului si a turistilor este forte numeroasa in aceasta locatie .

Astfel ne propunem sa permanentizam organizarea unei pietete de produse traditionale in zona pietonala din centrul orasului pentru a promova produsele traditionale , pentru a crea un spatiu de socializare asociat cu ideea de piata in aer liber , pentru a permite producatorilor locali sa isi comercializeze produsele direct catre cetateni si pentru a crste gradul de atractivitate al zonei .

Activitati propuse pentru implementare sunt :

- Asigurarea infrastructurii necesare pentru functionarea pietetei in aer liber (standuri , spatii de depozitare si desfacere a produselor , acestea din urma de preferinta construite in stil traditional – gen case in miniatura specifice arhitecturii traditionale bucovinene - , racordare la retele tehnico edilitare , spatii de colectare selectiva a deseurilor , etc)
- Amenajarea de spatii de socializare (terase , banci , etc) care sa permita perceperea zonei ca una de relaxare , de petrecere a timpului liber, de socializare in contextul asociat pietetei si traditionalului
- Asigurarea actiunilor de promovare la nivel local si national
- Semnalizarea corespunzatoare – marcaje , panouri informative si placute de identificare
- Adoptarea unui regulament ferm de functionare

- Organizarea de activitati /actiuni / evenimente adiacente /conexe celei de comert (spectacole in aer liber , demonstratii de bucatarie traditional , degustari de produse traditionale , promovare)care sa asigure vizibilitate ridicata la nivel local si national
- Includerea activitatilor derulate in piata in aer liber in calendarul anual al evenimentelor organizate de administratia locala precum si includerea petei traditionale in circuitul de obiective turistice al orasului/regiunii

BUGET ESTIMAT: 32.000 Euro

Obiectiv specific 2: Promovarea utilizarii surselor alternative de energie pentru asigurarea functionarii pietelor din municipiul Suceava in vederea asigurarii conceptului de „ low carbon economy „

Activitate 2.1 . Introducerea sistemelor de asigurare a utilitatilor (in special iluminat si incalzire) folosind surse de energie alternativa , regenerabila

Lider acțiune	Municipiul Suceava		
Tipul organizației	Autoritate publică locală		
Parteneri principali	Asociații ale comertiantilor din pietele sucevene , Directia Pietelor , firmele producatoare si distribuitorii de echipamente si sisteme care folosesc energie alternativa		
Rezultate previzionate	Asigurarea necesarului de iluminat si incalzire in pietele din municipiul Suceava prin folosirea exclusiva a surselor alternative de energie		
	Cresterea gradului de confort pentru desfasurarea activitatii de comert atat pentru producatori , pentru comercianti cat si pentru cetateni/consumatori		
	Reducerea dependentei de sursele de energie conventionale , reducerea emisiilor de CO2 , dezvoltarea pietei locale de sisteme , echipamente si tehnologii alternative pentru asigurarea cresterii eficientei energetice si utilizarea surselor alternative de energie		
		Perioada	Surse
Indicatori estimativi	Trei piețe și complex comercial bazar care beneficiază de utilități(iluminat și încălzire) asigurate integral din surse alternative de energie	2014-2020	Buget local Guvernul Elveției prin Programul de cooperare româno-elevețian FEDER - Programul Operational Regional 2014 – 2020 Parteneriate

			Public –Privat
	Numărul de comercianți/ cetățeni care beneficiază și sunt informați de soluțiile tehnice de asigurare a utilităților prin folosirea energiei alternative	2018	Cercetare calitativă de piață
	Număr de firme care își desfășoară activitatea în domeniul proiectării/execuției sistemelor care folosesc surse alternative de energie	2018	Cercetare calitativă de piață

Încălzirea globală implică, în prezent, două probleme majore pentru omenire: pe de o parte necesitatea reducerii drastice a emisiilor de gaze cu efect de seră în vederea stabilizării nivelului concentrației acestor gaze în atmosferă care să împiedice influența antropică asupra sistemului climatic și a da posibilitatea ecosistemelor naturale să se adapteze în mod natural, iar pe de altă parte necesitatea adaptării la efectele schimbărilor climatice, având în vedere că aceste efecte sunt deja vizibile și inevitabile datorită inerției sistemului climatic, indiferent de rezultatul acțiunilor de reducere a emisiilor.

Comisia Europeană a lansat în luna martie 2010, Strategia Europa 2020 pentru ieșirea din criză și pregătirea economiei UE pentru deceniul următor. În practică, Uniunea a stabilit cinci obiective majore – privind ocuparea forței de muncă, inovarea, educația, incluziunea socială și mediul/energia - care urmează să fie îndeplinite până în 2020.

România a adoptat propriile obiective naționale în aceste domenii, obiectivele de mediu/energie fiind:

OBIECTIVE ROMÂNIA 2020			
OBIECTIVE UE 27	Valoare inițială (2008)	Valoare preliminară	Valoare finală
Energie și schimbări climatice (20/20/20)			
Reducerea emisiilor de gaze cu efect de seră - 20 %	-	20%	20%
Ponderele energiei din surse regenerabile în consumul final - 20%	-	24%	24%
Creșterea eficienței energetice - 20%	-	10 - 12% dacă se limitează la definiția folosită de Directiva 2006/32; 20% în caz Contrar	19%

Pentru atingerea obiectivelor naționale în domeniul schimbărilor climatice, orizont de timp

2020, măsurile necesare care trebuiesc adoptate corespund **Memorandum-ului “Aprobarea valorilor finale ale obiectivelor României pentru Strategia Europa 2020”**, semnat de către Guvernul României în data de 8 iunie 2010.

Principalele măsuri vizează următoarele direcții:

- dezvoltarea capacității instituționale în domeniul energiei și schimbărilor climatice;
- reducerea emisiilor de gaze cu efect de seră (GES) prin promovarea tehnologiei de captare și stocare a carbonului (CCS);
- creșterea ponderii energiei din surse regenerabile în consumul final de energie;
- creșterea eficienței energetice.

2.1 Strategia energetică a României pentru perioada 2011 – 2020 va urmări îndeplinirea principalelor obiective ale noii politici Energie – Mediu ale Uniunii Europene, obiective asumate și de România.

Direcțiile principale de acțiune ale strategiei energetice a României, convergente cu cele ale politicii energetice a Uniunii Europene, sunt:

- alegerea unui mix de energie echilibrat, care să confere sectorului energetic competitivitate și securitate în aprovizionare cu accent pe utilizarea resurselor interne, respectiv a cărbunelui, a potențialului hidroenergetic economic amenajabil, a energiei nucleare și a surselor energetice regenerabile;
- gestionarea eficientă și exploatarea rațională în condiții de securitate a surselor energetice primare epuizabile din România și menținerea la un nivel acceptabil (din punct de vedere economic și al securității), a importului de surse energetice primare (dependența limitată/controlată);
- creșterea eficienței energetice pe tot lanțul: extracție – producere – transport - distribuție - consum; România nu își mai poate permite să irosească energia în situația reducerii disponibilității și a creșterii costului surselor energetice; eficiența energetică este cea mai rentabilă metodă de reducere a emisiilor, de îmbunătățire a securității și competitivității și de scădere a facturii serviciului energetic;
- promovarea producerii energiei din surse regenerabile, astfel încât ponderea energiei electrice produse din aceste surse în totalul consumului brut de energie electrică să fie de 33% în anul 2010, 35 % în anul 2015 și 38 % în anul 2020;
- promovarea utilizării surselor energetice regenerabile, în conformitate cu practicile din Uniunea Europeană, conform Planului Național de Alocare al Energiilor Regenerabile elaborat în anul 2010;
- crearea de condiții de piață care să stimuleze economii mai mari de energie și creșterea investițiilor în tehnologii cu emisii reduse de carbon;
- facilitarea investițiilor în acele proiecte care contribuie la realizarea obiectivelor stabilite pentru anul 2020 conform politicii UE;
- realizarea obiectivelor de protecție a mediului și reducere a emisiilor de gaze cu efect de seră.
- susținerea activităților de cercetare-dezvoltare și de diseminare a rezultatelor cercetărilor aplicabile în domeniul energetic.

Dezvoltarea sectorului de producere a energiei electrice este văzută doar în corelare cu cerințele legislative în domeniul mediului, ceea ce impune adoptarea unor măsuri specifice care constau în principal în:

- realizarea investițiilor de mediu necesare pentru respectarea prevederilor Directivei 2001/80/CE cu privire la limitarea emisiilor în aer ale anumitor poluanți (SO₂, NO_x și pulberi) proveniți din instalațiile mari de ardere și ale Directivei 1999/31/CE privind depozitarea deșeurilor;
- respectarea prevederilor Directivei 96/61/CE pentru prevenirea poluării;
- reducerea emisiilor de GES (CO₂) pentru perioada 2008-2012, pentru încadrarea în cotele de certificate de emisii de GES alocate prin Planul Național de Alocare.

Astfel implementarea conceptului de piața urbană sustenabilă trebuie să țină seama despre aceste aspecte legate de reducerea dependenței de sursele de energie clasice, introducerea echipamentelor și tehnologiilor care să asigure reducerea și optimizarea consumului de resurse, utilizarea surselor de energie alternativă, dimensionarea activității și fluxurilor funcționale în spiritul optimizării consumurilor de resurse și nu în ultimul rând al conceptului de reciclare a resurselor fie ca e vorba despre apă, energie sau deșeurile.

Activitățile propuse pentru implementare sunt:

- montarea de sisteme care asigură iluminatul și necesarul de agent termic pentru trei piețe sucevene;
- implementarea sistemului de asigurare a agentului termic pentru încălzirea halelor din Complexul Comercial Bazar – sistem tip apă-apă (energie geo-termală), montarea sistemelor interioare de încălzire și izolare termică corespunzătoare;



- montarea panourilor fotovoltaice în cele trei piețe sucevene;
- informarea comercianților și a cetățenilor referitor la soluțiile alternative de asigurare a energiei termice;
- Introducerea de echipamente care să asigure optimizarea și reducerea consumului de energie (senzori de lumină, repartitoare de căldură)
- implementarea unor sisteme care să asigure reciclarea și re folosirea apei pluviale și a celei menajere în cadrul unor mecanisme integrate de optimizare a costurilor, reducere a consumurilor și

protejarea resurselor naturale

BUGET ESTIMAT: 220.000 Euro

Obiectiv specific 3: Promovarea conceptului de electromobilitate pentru funcționarea piețelor din Municipiul Suceava și a activităților adiacente acestora

Activitate 3.1. Achiziționarea de vehicule alternative(electrice) necesare pentru activități de administrare a piețelor, transport și distribuție marfă precum și pentru cetățeni/consumatori			
Lider acțiune	Municipiul Suceava		
Tipul organizației	Autoritate publică locală		
Parteneri principali	Firme producătoare și dealeri de automobile alternative(electrice), operatori privați , firme de distribuție ,asociații de producatori locali , cetateni		
Rezultate previzionate	Introducerea de VE în cadrul parcului de autovehicule de la nivelul administrației publice locale si a operatorilor privati		
	Oferirea unui model de bună practică pentru alte instituții publice, prin implementarea conceptului de electromobilitate in cadrul municipalității locale		
	Sporirea încrederii operatorilor privati , cetățenilor - utilizatori de autovehicule în fiabilitatea noii tehnologii a vehiculelor electrice		
		Perioada	Surse
Indicatori estimativi	15 vehicule aflate în exploatarea Primăriei Municipiului Suceava 10 biciclete electrice 28 puncte de incarcare pentru vehicule electrice	2015-2017	Buget local Guvernul Elveției prin Programul de cooperare româno-elevețian
	Număr de vehicule electrice introduse în cadrul flotelor deținute de alte instituții publice, operatori privați și cetățeni	2016 – 2020	Buget local , buget central si capital particular
	Creșterea gradului de cunoaștere a aspectelor tehnice ale vehicule electrice și beneficiilor din perspectiva protecției mediului	2020	Cercetare calitativă de piață
	Număr de km parcurși, număr ore de exploatare, consum energetic, rezultat financiar al exploatării, pentru cele 15 VE aflate în adiminstrarea Municipiului Suceava	2020	Determinări proprii
Implicarea administrației publice locale în proiecte de utilizare energie electrică regenerabilă și de eficientizare a consumului propriu energetic face cunoscut pe plan local angajamentul luat de Municipiul Suceava pentru îndeplinirea obiectivelor naționale vizând schimbările climatice și transportul sustenabil, stabilite prin politicile europene.			

Întrucât din experiența implementării proiectului EVUE a reieșit că existența unei rețele eficiente de stații de încărcare nu este o condiție preliminară pentru asigurarea succesului electromobilității, ci mai curând pentru a asigura cetățenilor o facilitate de încărcare a bateriei în orice moment, a fost propusă implementarea unui proiect care să includă achiziționarea de VE pentru parcul auto propriu, testarea și demonstrarea fiabilității acestora în zonă urbană.

Studiile recente cu privire la conducerea automobilelor arată că în cea mai mare parte din cazuri peste 80% dintre călătoriile urbane sunt mai scurte de 60 km pe zi, ceea ce înseamnă că ele ar putea fi acoperite cu VE și aici ne referim la activitățile cotidiene care includ și piața.

Pentru ca această constatare să poată fi integrată în mod eficient trebuie să putem defini grupurile de potențiali utilizatori viitori și zone de aplicare pentru a putea planifica măsuri cu adresabilitate directă către aceștia. Este evident că printre aceștia se numără: comercianții, cetățenii care fac cumpăraturile în piețe, distribuitorii de produse.



Municipiul Suceava deține un parc propriu de autovehicule relativ scăzut numeric, destinate în special deplasărilor pe distanțe scurte, în interiorul orașului. Prin urmare, vehiculele electrice ar putea răspunde corespunzător nevoilor de deplasare ale personalului de conducere la dispoziția cărora se găsesc acestea și ar putea deservi unele nevoi operaționale proprii ale administrației publice locale. Faptul că persoane din conducerea Primăriei și politicieni locali sunt implicați într-o campanie pentru e-mobilitate poate ajuta la popularizarea mijloacelor de transport în rândul constructorilor de echipamente, a furnizorilor de electricitate și a consumatorilor.

Printr-o procedură de achiziție publică în două etape (pre-calificarea ofertanților și evaluarea ofertelor) se vor achiziționa 15 vehicule electrice care vor fi utilizate în asigurarea nevoilor de mobilitate pentru două persoane din conducere, vor constitui un exemplu de bună practică pentru alte instituții publice și vor putea fi vizionate de către cetățeni pe spațiul public. Pentru o mai bună

transmitere a informațiilor se va apela la organizarea unor campanii de presă și la integrarea lor în cadrul evenimentelor locale de prestigiu care reunesc un număr mare de cetățeni, invitați și turiști ocazionali.

Pentru definirea specificațiilor tehnice se va lua decizia chemării la consultări a unor specialiști în domeniu și în caz de necesitate se va putea face apel și la consultanță privată, pentru desăvârșirea cerințelor caietului de sarcini cu menționarea tuturor caracteristicilor așteptate, în special a celor legate de performanțe de mediu.

Stimularea transportului electric în sectorul privat prin achiziționarea de VE de către companii particulare, ar putea fi făcută prin instrumentul preț de cost al energiei electrice, situație în care ar fi avantajoasă încărcarea la tarif de noapte și ar trebui sprijinită această acțiune în colaborare cu E-ON Moldova Distribuție SA, apoi rata de leasing, impozitul și taxa de drum pot deveni instrumente stimulare a transportului electric în mediul privat.



Trebuie, deasemenea, semnalizată importanța unor aspecte precum: fiabilitatea, zgomotul, poluarea și o infrastructură bună de încărcare cu elemente standardizate. În această categorie trebuie introdusă și obligativitatea de a recunoaște la licitațiile publice de achiziționare vehicule noi Standardul ISO de mediu, astfel încât să fie avantajată în special tranzacționarea vehiculelor curate. Creșterea prețului de cost al autovehiculului ar trebui să fie susținută de stat prin acordare subvenții directe la achiziționarea vehiculelor și nu numai prin Programul Rabla.

Modelul de afacere care se preconizează pentru România, include un lanț valoric propus de către constructorul de vehicule Renault (în parteneriat cu producătorii de echipamente electrice și electronice Schneider Electric Romania, Siemens și furnizorul de energie Electrica SA), printr-un program în care pentru reducerea costului direct se oferă posibilitatea achiziționării VE fără baterie; în schimb aceasta va putea fi închiriată lunar, la un preț între 39 – 75 euro, în funcție de model. În același timp, firma asigură înlocuirea și reciclarea acesteia, atunci când nu mai funcționează (sau când nu mai poate stoca minim 80% din capacitate). Acest model de afacere reduce la minim prețul vehiculului, știindu-se faptul că cea mai consistentă parte din prețul de vânzare a mașinii o reprezintă prețul bateriei.

În același timp, furnizorii de echipamente menționate vor instala echipamente de încărcare și furnizorul de energie va vinde energia necesară.

În prezent piața VE în România nu a demarat încă, întrucât VE nu se regăsesc în strategiile de marketing și comunicare ale producătorilor și comercianților, fără introducerea unor măsuri legislative de impact și fără implementarea unor stimulente fiscale și ne-fiscale, care stau mai ales în mâna autorităților centrale.

Exista insa semnale in ultima perioada ca se preconizeaza o deschidere din partea producatorilor si dealerilor de autovehicule in sensul ca in urmatorii 3 ani vor fi disponibile pe piata din romania vehicule electrice de toate tipurile .

Impactul psihologic nu trebuie neglijat pentru că orice element nou introdus aduce temeri legate de operaționalitate, fezabilitate, durată de funcționare, preț de cost vs. beneficii. De aceea, trebuie ca actori publici să se implice în conceperea unor politici guvernamentale și apoi cetățenii vor putea fi co-interesați de utilizarea VE în peisajul urban, din mediul public și privat. În opinia acestuia este foarte important ca în prețul de vânzare să fie inclusă și întreținerea pe toată durata de viață a VE, pentru a da credibilitate și încredere potențialilor cumpărători. Pentru ca acest lucru să devină posibil se poate naște o nouă piață pe care să acționeze firme de mentenanță și management a VE.

Activitățile propuse a fi implementate în cadrul acestei acțiuni sunt :

- Achiziționarea a două vehicule electrice pentru Direcția Piețelor care să deservească activitățile administrative;
- Achiziționarea a 13 vehicule electrice care să deservească activitățile administrative ale Municipiului Suceava
- Achiziționarea a zece biciclete electrice care sunt puse la dispoziția cetățenilor / turiștilor și pot fi utilizate pentru activități cotidiene(inclusiv piață);
- Achiziționarea de vehicule electrice pentru firmele de distribuție/transport marfă, pentru comercianți și catățeni;
- Amplasarea a 28 de puncte de incarcare pentru vehiculele electrice in municipiul Suceava – din acestea 6 sunt destinate a fi amplasate in parcarile publice din vecinatatea pietelor
- Amplasarea a doua puncte de incarcare pentru vehiculele electrice in parcare subterana aflata in imediata vecinatate a zonei pietonale unde se va amenaja piata in aer liber de produse traditionale
- Amplasarea a patru puncte de incarcare si a patru biciclete electrice in zona pietonala in vecinanta pietei in aer liber de produse traditionale
- Implementarea unui sistem de inchiriere a autovehiculelor electrice de catre firmele care isi desfasoara activitatea in domeniul distributiei si comercializarii de produse traditionale si destinate pietelor in special
- Implementarea unui sistem de inchiriere pentru bicicletele electrice care sa se adreseze cetatenilor dar si turistilor (prin cooptarea in program a unitatilor de cazare din Suceava) in vederea utilizarii bicicletelor electrice in activitatile cotidiene inclusiv piata
- Promovarea conceptului de electromobilitate in randul cetatenilor , comerciantilor si producatorilor de produse traditionale in vederea cresterii numarului de vehicule electrice utilizate pentru activitatile economice si private in municipiul Suceava .

Toate aceste activitati si in special cele legate de introducerea vehiculelor ecologice – alternative sunt posibile si datorita sprijinului acordat de autoritatile centrale prin prevederi legislative menite sa sustina achizitionarea de vehicule ecologice , care odata introduse in volumele de trafic pot

contribui , prin aportul lor redus de noxe , la indeplinirea conceptului de piata urbana sustenabila.

Aspectul încurajator și stimulat, nou introdus pentru vânzarea vehiculelor hibride și electrice, constă în oferirea unor subvenții în cadrul “Programului de stimulare a înnoirii Parcului auto național” dar și beneficiarilor care doresc să achiziționeze un vehicul în afara programului, suportate din Fondul de Mediu. În același document legislativ, la anexă, se stabilesc date pentru calcularea costurilor operaționale pe durata de viață a vehiculelor de transport rutier: costul emisiilor generate de transportul rutier (euro/g), conținutul energetic al carburanților pentru vehicule (MJ/l) și kilometrajul pe durata de viață a vehiculelor de transport rutier categoria M 1 și N 1 (km).

“Se acordă finanțare nerambursabilă din Fondul pentru mediu constând în reduceri din prețul de **comercializare** a autovehiculelor, în sesiuni de finanțare. Cuantumul reducerilor este de până la:

Art.9 – Persoanele fizice, UAT-urile și instituțiile publice care predau spre casare autovehicule uzate în cadrul Programului de stimulare a înnoirii Parcului auto național beneficiază, pentru anul 2011 de un număr de până la 4 tichete valorice, astfel:

- 2 tichete valorice pentru achiziționarea unui vehicul hibrid, în schimbul predării spre casare a unui vehicul uzat
- 4 tichete valorice pentru achiziționarea unui vehicul electric, în schimbul predării spre casare a unui vehicul uzat.

Art.10 (1) Persoanele fizice, UAT-urile și instituțiile publice care nu participă la Programul de stimulare a înnoirii Parcului auto național, dar care achiziționează vehicule hibride sau electrice, beneficiază de:

- O reducere de până 10% din prețul de comercializare (cu TVA) a autovehiculului hibrid achiziționat, dar nu mai mult de 1800 de euro (...)
- O reducere de până 20% din prețul de comercializare (cu TVA) a autovehiculului electric achiziționat, dar nu mai mult de 3700 de euro. (...)

Prevederile art. 9 din Ordonanța de Urgență 40/2011 sunt implementate prin intermediul „**Programului pentru stimularea înnoirii parcului auto național**” (programul “Rabla”), gestionat de Ministerul Mediului și Pădurilor, prin Administrația Fondului pentru Mediu, prin care se acordă tichete valorice compensatorii pentru autovehiculele mai vechi de 10 ani scoase din exploatare, în schimbul achiziționării unui vehicul nou, cu emisii poluante mai reduse și își propune următoarele obiective:

- diminuarea efectelor negative a poluării aerului asupra sănătății populației și a mediului, în aglomerările urbane, ca urmare a emisiilor de gaze de eșapament provenite de la autovehicule, cu nivel de poluare foarte ridicat;
- încadrarea emisiilor în valorile limită admise la nivel european pentru aerul ambiental;
- prevenirea formării deșeurilor, ca urmare a abandonării autoturismelor uzate și atingerea țintelor prevăzute de aquis-ul comunitar de mediu privind recuperarea și reciclarea deșeurilor provenite din vehicule uzate.

Ordinul 981/7 martie 2012 aprobă Ghidul de finanțare al Programului de stimulare a înnoirii parcului auto național și reglementează participanții eligibili: persoane fizice, UAT-uri, instituții

de învățământ de state și privat, instituții publice, ONG-uri, unități de cult religios și operatori economici.



Sesiunile de înscriere a proprietarilor de vehicule vechi care doresc să obțină finanțare pentru achiziționarea de vehicule noi hibride sau electrice prin acest Program se derulează periodic și s-au derulat până în prezent etapele:

- Sesiunea 2011 s-a adresat către persoane fizice, instituții publice și unități administrativ-teritoriale, care intenționează să achiziționeze autovehicule cu sistem de propulsie electric și/sau hibrid în cadrul „**Programului de stimulare a înnoirii Parcului auto național**” pentru anul 2011, în perioada 03 octombrie - 04 noiembrie 2011.
- Sesiunea 1 din 2012 s-a adresat până în prezent către:
 - persoane fizice autorizate, unitatea administrativ-teritorială și subdiviziunile administrativ-teritoriale ale municipiilor, unitatea sau instituția de învățământ de stat ori privată, instituția publică, inclusiv institutul de cercetare-dezvoltare înființat ca instituție publică, organizația neguvernamentală, unitatea aparținând unui cult religios recunoscut în România, operatorul economic inclusiv institutul de cercetare-dezvoltare care își desfășoară activitatea în regim economic și instituția financiar-bancară, operatorul economic fără personalitate juridică care își desfășoară activitatea în regim economic, proprietari cu personalitate juridică și operatori fără personalitate juridică, în perioada 23 aprilie – 31 august 2012.

•Persoane fizice: începând din 8 august 2012

Instrucțiunile din 28 iulie 2011 privind aplicarea prevederilor art.10 alin.(1) din ordonanța de urgență a Guvernului nr.40/2011 privind promovarea vehiculelor de transport rutier nepoluante și eficiente din punct de vedere energetic și Ordinul nr.1994 din 28 iulie 2011 pentru aprobarea Instrucțiunilor privind aplicarea prevederilor art.10 alin.(1) din Ordonanța de urgență a Guvernului nr.40/2011 privind promovarea vehiculelor de transport rutier nepoluante și eficiente din punct de vedere energetic – reglementează condițiile și modalitatea de finanțare pentru achiziția de către persoanele fizice, instituțiile publice și unitățile administrativ-teritoriale a vehiculelor de transport rutier nepoluante și eficiente din punct de vedere energetic. Se acordă finanțare nerambursabilă din Fondul pentru mediu constând în reduceri din prețul de comercializare a autovehiculelor, în sesiuni de finanțare. Cuantumul reducerilor este de până la:

- 1) 10% din prețul de comercializare (cu TVA) a autovehiculului hibrid achiziționat, dar nu mai mult de 1800 de euro
- 2) 20% din prețul de comercializare (cu TVA) a autovehiculului electric achiziționat, dar nu mai mult de 3700 de euro.

Estimam ca în a doua jumătate a anului 2014 să fie semnat contractul de finanțare pentru achiziționarea vehiculelor electrice și montarea punctelor de încărcare astfel încât în anul 2015 acest proiect să fie pus în aplicare.

BUGET ESTIMAT: 1.594.700 Euro

Activitate 3.2 Implementarea unui transport public local cu autobuze electrice și stabilirea unor măsuri de încurajare a utilizării mijloacelor de transport în comun electrice în mod special pentru activitățile cotidiene (inclusiv piața)

Lider acțiune	SC TPL SA Suceava
Tipul organizației	Societate comercială pe acțiuni
Parteneri principali	Municipiul Suceava, ONG-uri
Rezultate previzionate	Modernizarea și reabilitarea transportului public local
	Creșterea încrederii cetățenilor în transportul public local operat cu mijloace curate și eficiente energetic și reducerea valorilor de trafic urban
	Reducerea costurilor de operare a companiei de transport public aflate în administrarea Municipiului Suceava
	Reducerea emisiilor de CO ₂ rezultate din operarea mijloacelor de transport în comun a SC TPL SA
	Dezvoltarea unor moduri alternative de transport, creșterea vizibilității transportului electric și a contribuției aduse la îmbunătățirea calității vieții în Municipiul Suceava
	Promovarea exemplurilor de bună practică la nivel regional și național
	Creșterea numărului de utilizatori ai transportului public local și a numărului de km parcurși cu autobuzele electrice

		Perioada	Surse
Indicatori estimativi	1 parc nou de 40 autobuze electrice	2015-2018	Buget local Finanțări nerambursabile europene prin fondul de coeziune 2014-2020
	1 infrastructură de încărcare baterii, organizată în parcul de staționare a autobuzelor	2015-2018	Buget local Finanțări nerambursabile europene prin fondul de coeziune 2014-2020
	sistem inteligent de tarificare și plată	2015-2018	Buget local Finanțări nerambursabile europene prin fondul de coeziune 2014-2020
	sistem de informare în timp real	2015-2018	Buget local Finanțări nerambursabile europene prin fondul de coeziune 2014-2020
	Facilități pentru utilizarea transportului public electric de către persoane defavorizate	2018	Surse proprii TPL SA
	Îmbunătățirea percepției cetățenilor legat de performanța serviciului oferit de transportul public local de călători, determinare pe global și separat pe mijloace electrice și convenționale (nivel zgomot, confort, siguranță, preț relativ călătorie, facilități persoane cu dizabilități, durată călătorie, localizare stații și accesibilitate, rute, frecvență de circulație, reducere emisii totale de noxe și de CO2)	2020	Chestionar aplicat direct și date obținute de la TPL SA
	Rentabilitate și profit, autobuze electrice vs. autobuze alimentate cu combustibil	2020	Prelucrare date obținute de la

	convențional		SC TPL SA
	Total pasageri / km	2020	Prelucrare date obținute de la SC TPL SA

Politica națională în domeniul investițiilor publice în perioada 2014- 2020 stabilește necesitatea reorganizării cheltuielilor de investiții publice, în vederea trecerii de la investițiile finanțate integral din surse naționale la investiții cofinanțate din fonduri U.E.

Apare astfel necesitatea stringenta ca Primăria Municipiului Suceava să investească într-o rețea nouă autobuze până 2014 pentru a implementa vehiculele ecologice în transportul public local.

Societatea de Transport Public Local (SC TPL SA) și-a îmbunătățit serviciile începând din anul 2006. Au fost achiziționate de atunci 36 de autobuze noi, din care o parte au suferit o conversie pentru a funcționa pe GPL, aducându-și aportul la reducerea emisiilor de CO2 datorate traficului rutier. Modernizarea flotei de autobuze și măsurile complementare asociate înnoirii parcului de autobuze au dus la creșterea numărului de călători cu aproximativ 75%, la sfârșitul anului 2008 comparativ cu anul 2005.

Procesul de transformare și modernizare presupune un efort financiar mare, de aceea se urmărește găsirea de resurse financiare externe nerambursabile și elaborarea unui nou model de deservire a pasagerilor. În acest context va fi realizat un proiect complex de reînnoire a parcului de autobuze prin achiziționarea de 40 autobuze electrice, de modernizare a garajului unde staționează autobuzele electrice pe timpul nopții prin crearea unei infrastructuri de încărcare proprii, prin realizarea unui sistem de informare în timp real a călătorilor în stații și în autobuze, a unui sistem inteligent de plată prin intermediul cartelelor inteligente și prin asigurarea unei bune accesibilități în stații și pe rutele deservite. Autobuzele în Municipiul Suceava parcurg în medie 180-200 km/zi, iar traseul lor trece fără excepție prin zona centrală modernizată a orașului, care este transformată, prin măsurile promovate, în zonă cu emisii joase, ceea ce înseamnă că autobuzul electric se constituie în vehicul optim de traversare a acesteia.

În acest sens Municipiul Suceava a depus la ADR Nord Est o fișa de proiect pentru perioada 2014 - 2020 prin care se dorește accesarea fondurilor nerambursabile în **POR – Axa Prioritară 4 – Dezvoltarea unui transport public urban ecologic, în special electric și stimularea deplasărilor nemotorizate în orase**, pentru un proiect care privește în principal achiziționarea a 40 de autobuze electrice .

Pentru realizarea acestui proiect în cadrul contractului de finanțare cu Guvernul Elvețian pentru proiectul **”Electromobilitate- vehicule electrice pentru o municipalitate verde “**, avem bugetată suma de 200.000 E – fonduri nerambursabile – pentru întocmirea documentației tehnico economice necesare pentru obținerea finanțării nerambursabile pentru achiziționarea a 40 de autobuze electrice .

Implicarea administrației publice locale în proiecte de utilizare energie electrică regenerabilă și de eficientizare a consumului propriu energetic face cunoscut pe plan local angajamentul luat de Municipiul Suceava în direcția îndeplinirii obiectivelor naționale vizând schimbările climatice și necesitatea implementării unui transport sustenabil în condițiile în care cererea de transport este din ce în ce mai mare.

Pentru a veni în sprijinul îndeplinirii Obiectivelor Strategiei Europa 2020, Politica de coeziune 2014-2020 și viitoarele Programe operaționale vor finanța tipuri de proiecte care vizează

mobilitatea urbană și dezvoltarea unor moduri alternative de transport. De aceea, ne propunem să avem în pregătire un proiect integrat prin care să accesăm fonduri nerambursabile pentru reînnoirea mijloacelor de transport public și extinderea serviciului atât ca întindere pe suprafață cât și pe durată de timp, incluzând și sisteme telematice de management al serviciului și infrastructură de încărcare. Mai mult, întrucât se solicită vehicule și echipamente conexe cu aceleași caracteristici de performanță, achiziționarea unui număr crescut de vehicule într-o singură licitație înlătură impedimente de tipul interes scăzut din partea producătorilor, lipsa modelelor pe piața românească și prețuri ridicate pentru acele modele care pătrund totuși în piață. Beneficii mari decurg din faptul că o astfel de achiziție poate arăta constructorilor/dealerilor care este cererea, susține aducerea de noi modele pe piață, accelerează introducerea de noi tehnologii, conduce la scăderea prețurilor, ajută la introducerea infrastructurii pentru VE și sprijină apariția unor noi oportunități de afacere, pentru mentenanță și service VE și echipamente conexe. Conceptul de transport ecologic ce urmează a fi implementat la nivelul municipiului Suceava este direct legat de obiectivele proiectului și de conceptul de piață sustenabilă prin aceea că există premisele reducerii emisiilor de CO₂ prin creșterea accesibilității transportului public ecologic în zonele adiacente pietelor din municipiul Suceava.

Astfel cetățenii vor avea alternativa sustenabilă a utilizării unui mijloc de transport în comun, ecologic, cu emisii zero, în deplasările cotidiene printre care se numără și acelea către piețele sucevene.

Astfel conceptul de mobilitate sustenabilă se constituie în categoria investițiilor în activități adiacente celei de somert dar care poate avea un impact major și care contribuie în mare măsură la realizarea dezideratului de „low carbon economy”, în cadrul conceptului de piață sustenabilă.

BUGET ESTIMAT: 19.000.000 euro



Obiectiv specific 4: Schimbarea mentalitatii la nivel local vis a vis de conceptul de “piață sustenabilă”

Activitate 4.1 Educarea ecologică a cetatenilor si in special a tinerilor prin campanii de promovare, informare publica , prin inițiere de proiecte de inventică și prin stabilirea unei curricule de curs în cadrul programelor scolare de pregatire profesionala			
Lider acțiune	Municipiul Suceava		
Tipul organizației	Administratie publica locala		
Parteneri principali	Organizații științifice locale Colegiile tehnice si scolile din municipiul Suceava Universitatea “Ștefan cel Mare” Suceava Asociatii de proprietari ONG uri		
Rezultate previzionate	Creșterea gradului de informare publică la nivel local cu privire la conceptul de “Piață sustenabilă”, atât pentru activitatea comercială cât și pentru activitățile adiacente.		
	Pregătirea cetatenilor si tinerilor în domenii tehnice inovative vizând tehnologia curată si conceptul de sustenabilitate referitor la functionarea pietelor		
	Ridicarea gradului de cunoaștere , sporirea imaginației și inventivității		
		Perioada	Surse
Indicatori estimativi	Proiecte școlare ce orientează tinerii către mobilitatea alternativă Proiecte ale asociatiilor de proprietari	2015-2018	Buget local și fonduri atrase prin sponsorizare
	Număr de cetateni si in special tineri care sunt informați despre conceptul de piata sustenabila și înțeleg beneficiile	2017	Cercetare calitativă de piață
<p>Rezultatele pozitive ale implementării unor proiecte de infrastructură depind în mare măsură atât de investițiile realizate cât și mai ales de campaniile de informare public prin care se realizează transferul de informații către cetățeni, referitor la obiectivele care sunt vizate ca urmare a implementării proiectului. În acest sens având în vedere mai ales conceptul inovator nou și modern al conceptului de Piață sustenabilă referitor în principal de utilizare de resurse de energie alternativă, mobilitate și activitate comercială sustenabilă se impune în mod imperios derularea unor campanii de informare publică pentru creșterea gradului de constientizare, promovare a informațiilor și schimbarea mentalității la nivelul comunității locale.</p> <p>Activitățile propuse sunt:</p> <ul style="list-style-type: none"> - campanii de informare publică (door to door, people to people) - campanii de informare media, online - distribuirea de materiale promoționale - amenajarea unor centre de informare pentru cetățeni în incinta piețelor sucevene; <p>Pe lângă aceste activități clasice ne propunem, tocmai având în vedere conceptul inovativ al</p>			

proiectelor propuse, desfășurarea unor activități în principal în mediul școlar/universitar/antreprenorial, care să permită stimularea activității de cercetare științifică și a spiritului antreprenorial în domenii adiacente/conexe piețelor sucevene.

Un alt model de prezentare a promovării conceptului de “piața sustenabilă” poate cuprinde toate etapele actuale ale unei invenții/idei de afaceri: cercetare științifică de bază, cercetare aplicată, elaborarea unui prototip, dezvoltarea și verificarea lui, primelor 3 etape corespunzându-le câte un anumit produs final.

Acesta se poate adresa în principal tinerilor, elevilor dar poate și multiplicat cu succes și în cazul adulților în mod special în cadrul asociațiilor de proprietari.

Etape de organizare și desfășurare:

- Selectarea resursei umane;
- Brainstorming pentru alegerea temei de cercetare piață sustenabilă
- Cercetare preliminară, individuală și de grup
- Întrunire pentru schimb de informații și hotărâre a modalității ulterioare de lucru
- Sesiune de prezentare a produselor finale pe subgrupe – care să includă prezentări ale ideilor și conceptelor propuse
- Ameliorarea produselor finale

Pe acest prototip se pot derula pe viitor și alte proiecte dedicate promovării conceptului de piață sustenabilă, în scopul creșterii gradului de constientizare și de implicare la nivel local.

De asemenea, este vizată introducerea unei curricule pentru realizarea unui curs pentru licee “INVESTIM ÎN VIITOR” care să cuprindă informații și materiale didactice din care să decurgă necesitatea imperioasă a introducerii noțiunilor de bază despre:

- 1) energia verde, poluare, surse de poluare, posibile surse de energie verde (eoliană, solară, geotermală, biomasă, biogaz, gaz de fermentare a deșeurilor, gaz de fermentare a nămolurilor din instalațiile de epurare a apelor uzate livrate în sistemul energetic, hidro), efecte pe termen scurt și lung, impact asupra naturii și mediului înconjurător, exemple de bune practici (construcții și tehnologii “verzi”, automobil electric),
- 2) dezvoltare durabilă, globalizarea problemei, armonizarea legislației
- 3) concepere și redactare a unui proiect de mediu
- 4) reciclare și colectare selectivă a deșeurilor
- 5) mobilitate și accesibilitate, soluții alternative de transport în vederea reducerii emisiilor de CO₂ și îmbunătățirii calității mediului
- 6) depunere proiecte realizate de elevi, studenți

BUGET ESTIMAT: 40.000 euro



Activitate 4.2 Promovarea conceptului de piata sustenabila la nivel local prin organizarea unui eveniment local anual – Ziua Internationala a Pietelor			
Lider acțiune	Municipiul Suceava		
Tipul organizației	Autoritate publică locală		
Parteneri principali	Colegii si scoli , ONG uri , Directia Pietelor , Mass media locala Universitatea “Ștefan cel Mare” Suceava		
Rezultate previzionate	Creșterea gradului de informare prin organizarea unui eveniment local anual- Ziua Internationala a Pietelor – pentru promovarea conceptului de piata sustenabila la nivel local		
	Participarea cetatenilor si factorilor de decizie , cooptarea intre organizatori a unor voluntari și motivarea acestora prin acordarea unor premii în excursii către orașe model în care conceptul de piata sustenabila este implementat		
		Perioada	Surse
Indicatori estimativi	Număr de pliante distribuite	2014	Buget local Finanțări nerambursabile
	Număr de elevi/ cetateni / voluntari participanți în campanie	2014	Cercetare de piață proprie
	Număr de cetățeni care sunt informați despre conceptul de piata sustenabila și înțeleg beneficiile	2020	Cercetare calitativă de piață
<p>In vederea promovarii conceptului de piata sustenabila la nivel local ne propunem organizarea unui eveniment anual “International Day of Markets “- Ziua Internationala a Pietelor .</p> <p>Acest eveniment tematic va fi organizat anual in fiecare dintre pietele municipiului Suceava , inclusiv in piata in aer liber din zona pietonala centrala si va cuprinde activitati care isi propun diseminarea informatiilor despre conceptul de piata sustenabila si promovarea produselor traditionale si a producatorilor locali.</p> <p>Dintre activitatile principale enumeram :</p> <ul style="list-style-type: none"> - caravană de informare si voluntari care promovează campania în instituții prin intermediul materialelor promotionale - concursuri , demonstratii de bucatarie traditionala , colectare selectiva a deseurilor in pietele - promovarea produselor traditionale (degustari de preparate traditionale) - spectacole in aer liber in piata de produse traditionale din zona pietonala in vederea asocierii intre conceptul de piata si cel de petrecere a timpului liber <p>Evenimentul va fi organizat anual pe durata a doua zile si va fi mediatizat la nivel local si national in vederea cresterii vizibilitatii si accesibilitatii, atragerea unui număr cât mai mare de producători locali, meșteșugari și turiști.</p>			
BUGET ESTIMAT: 3.200 euro			

Activitate 4.3 Promovarea conceptului de Piață sustenabilă prin mijloace media			
Lider acțiune	Municipiul Suceava		
Tipul organizației	Autoritate publică locală		
Parteneri principali	Monitorul de Suceava, Obiectiv de Suceava, Crai Nou Televiziunile locale Radiouri locale On line media Agentii de presa		
Rezultate previzionate	Informarea publică prin mijloace media locale și naționale		
		Perioada	Surse
Indicatori estimativi	Număr de cetățeni care sunt informati despre conceptul de piata sustenabila și înțeleg beneficiile	2020	Cercetare calitativă de piață
	1 Broșură cu informații despre piața sustenabila	2015	Buget local Finanțări nerambursabile prin politica de coeziune
	1 Conferință de presă dedicată măsurilor implementate în domeniul pietelor sustenabile	2019	Buget local
	1 comunicat de presă publicat în presă locală și în revista InfoMunicipium a Asociației Municipiilor din România	2019	Buget local
<p>Aceasta acțiune are ca scop creșterea vizibilității, diseminarea rezultatelor proiectului precum și a măsurilor implementate în cadrul conceptului de piață sustenabilă astfel încât aceste informații să devină ușor accesibile atât pentru cetățeni cât și pentru autorități locale la nivel național care pot să beneficieze de experiența municipiului Suceava în vederea replicării măsurilor implementate și a conceptului de piață sustenabilă.</p> <p>Activitățile propuse sunt direct legate de conceptul de diseminare a informației și vizează :</p> <ul style="list-style-type: none"> - articole și anunțuri publicitare în mass media locală, națională și on line - realizarea unei Broșuri cu informații de interes despre proiect - organizarea unei conferințe de presă în care vor fi prezentate cele mai importante investiții în piețele din municipiul Suceava. - reportaje ale televiziunilor și posturilor de radio locale - un comunicat de presă publicat în revista InfoMunicipium a Asociației Municipiilor din România <p>BUGET ESTIMAT: 7.500 euro</p>			

Obiectiv specific 5: Dezvoltarea economiei locale

Activitate 5.1 Acordarea de facilități la nivel local/județean pentru demararea/dezvoltarea afacerilor producătorilor locali			
Lider acțiune	Municipiul Suceava		
Tipul organizației	Autoritate publică locală		
Parteneri principali	Firme private , Producatori locali, Autoritati judetene si descentralizate la nivel local		
Rezultate previzionate	Creșterea numărului de întreprinzători locali		
	Creșterea cifrei de afaceri pentru întreprinzătorii locali		
	Locuri de muncă menținute dar și create în mediul privat care își desfășoară activitatea în domeniul producerii și desfacerii produselor locale		
		Perioada	Surse
Indicatori estimativi	Numărul locurilor de muncă create / menținute	2020	Buget local sau județean Finanțări nerambursabile prin politica de coeziune
	Numărul de operatori economici care isi desfasoara activitatea in domenii directe sau adiacente pietelor sucevene	2020	Buget local Finanțări nerambursabile prin politica de coeziune
	Numarul de facilitati create la nivel local	2020	Buget local Finanțări nerambursabile prin politica de coeziune
<p>Pe langa activitatile pe care administratia publica locala este obligata sa le intreprinda in ceea ce priveste asigurarea infrastructurii si utilitatilor necesare pentru derularea in conditii optime, ecologice si moderne a activitatii in pietele sucevene , un factor foarte important in sustinerea acestor activitati comerciale si de productie este acela care priveste sprijinirea , in conditiile legale , a producatorilor , mestesugarilor , comerciantilor din piete in vederea demararii si/sau dezvoltarii activitatilor economice in special in domeniul asociatiilor de producatori, IMM urilor , asociatiilor familiale si a altor agenti economici care sunt promotorii dezvoltarii economiei locale.</p> <p>Astfel , dupa modelul altor administratii publice locale, sunt necesare a fi elaborate , legiferate si mai ales puse in aplicare masuri legislative care sa incurajeze si sustina activitatile economice din domeniul comertului si productiei de produse locale si in mod special traditionale .</p> <p>Scopul principal al acestor masuri legislative este acela de creare pentru agentii economici si</p>			



producatorii locali a unui mediu de derulare a activitatii care sa le permita sa poata concura cu marii producatori care dispun de mijloace financiare in primul rand si de marketing in al doilea rand care pot determina la un moment dat aparitia unui monopol pe piata produselor traditionale care se constiue intr un factor negativ pentru activitatea economica la nivel local.

Activitatile care le

vom include in aceasta categorie sunt diversificate ca tematica, mod de abordare si aplicare , efecte si efort financiar , dar ele vizeaza in primul rand dezvoltarea economica si nu in ultimul rand cresterea nivelului de trai la nivel local.

Desi la prima vedere unele activitati sau abordari legislative la nivel local (ex: scutirea de unele categorii de impozite si taxe , punerea la dispozitie cu caracter gratuit a unor spatii de prezentare si desfacere) par a avea un efect negativ , de reducere a veniturilor la nivel local , la o privire de ansamblu a acestor abordari putem afirma ca dezvoltarea economica locala , crearea si/sau mentinerea de locuri de munca , activitatile adiacente ce se dezvoltă in tematica pietelor sucevene toate acestea creaza de fapt mediul propice pentru crestrea veniturilor la nivel local din taxele si impozitele aferente unor activitati economice care se dezvoltă .

Nu in ultimul rand consideram ca un “ parteneriat viabil si corect “ intre administratia locala si agentii economici constituie premisa pentru reducerea volumului “economiei subterane “ evident cu efecte benefice pentru toti factorii implicati in acest parteneriat .

Consideram ca succesul unor astfel de initiative legislative la nivel local este marit exponential atunci cand in acest gen de facilitati sunt angrenate si autoritatile judetene , institutiile descentralizate la nivel local care la randul lor , cu respectarea prevederilor legale , pot adopta o atitudine “de sustinere “ a producatorilor si comerciantilor la nivel local prin metode specifice activitatii (sprijin pentru acreditari, obtinerea de documente si autorizatii, controale de calitate care sa sustina activitatea nu sa fie indreptate catre sanctiuni si restrangere a activitatii).

Activitatile propuse pentru implementare sunt :

Oferirea de consultanță de specialitate pentru accessarea fondurilor europene nerambursabile necesare demarării și dezvoltării afacerilor (linii de producții, activități agricole și zootehnice).

Asigurarea de facilități fiscale pentru persoanele fizice autorizate care își desfășoară activitatea în domeniu

Punerea la dispoziție a unor spații cu caracter gratuit pentru activități de producție și

comercializare(atelierele meșteșugărești din cadrul Centrului pentru susținerea tradițiilor bucovinene pot fi folosite de meșterii populari, producători tradiționali)

Creșterea numărului meșteșugari/producători care beneficiază de spații gratuite pentru promovarea și desfacerea produselor tradiționale. Spații puse la dispoziție în atelierele meșteșugărești din cadrul Centrului pentru susținerea tradițiilor bucovinene pot fi folosite de meșterii populari, producători tradiționali.

Amenajarea unor spații centrale în piețe pentru promovarea produselor tradiționale, meșteșugurilor și obiceiurilor locale. Spațiile închise situate pe zona pietonală centrală (La intrările în parcurile subterane) vor fi amenajate ca spații în care meșteșugarii locali vor expune produsele dar și oferi demonstrații pentru turiști sau localnici. Spațiile vor fi puse la dispoziția meșteșugarilor cu titlu gratuit.

Oferirea cu titlu gratuit a unor spații de promovare în standurile amenajate de autoritățile locale și județene la evenimentele de promovare (târguri, festivaluri).

Oferirea unor spații cu titlu gratuit (căsuțe tradiționale din lemn, corturi tip pavilion expozițional) a facilităților de promovare și desfacere pentru produsele tradiționale.

Promovarea produselor autentice, unicate, mai scumpe, în detrimentul produselor de serie, de multe ori de o calitate scăzută dar mai ieftine.

Organizarea unor campanii de marketing și acordarea de „recompense” pentru cumpărătorii care achiziționează produse din piețe (ex. la o anumită sumă/campanie/tombolă o sacosă/cos sau alte obiecte personalizate).

Cursuri pentru micii producători pe tema diversificării gamei de produse, start up, marketingul produselor proprii și merchandising. Cursurile vor avea și o puternică parte aplicativă, derulată în piețele sucevene în special. De asemenea se va include și o componentă de dezvoltare creativă de noi produse complementare;

Producerea și distribuirea de ghiduri de bune practici comerciale pentru vânzători și producători, care să conțină informații generale despre: igienă, securitatea alimentelor și promovarea produselor;

Împărtășirea de bune practici din alte țări sau alte zone, în cadrul unor întâlniri cu micii producători, micii fermieri, comercianți.

Organizarea unor evenimente de către Administrația pietelor, la care pe lângă aspecte administrative vor fi discutate și bune practici de comercializare; (activitatea rezolvă și ”lipsa unui parteneriat vânzător-consumator-producător” și ”discordanța în comunicarea între piață și vânzători”);

Organizarea unor întâlniri și vizite de studiu pentru comercianți și mici producători în alte zone geografice sau în orașele partenere din proiect

Optimizarea veniturilor micilor producători din zona rurală, prin preluarea supra-productiei de alimente, de către un punct de colectare mobil în vederea comercializării produselor în piețele urbane.

Încurajarea realizării în sate de puncte de prelucrare a fructelor/legumelor de tipul centrelor de prelucrare primară.

Soluții sau cursuri pentru procesarea primară a produselor, pentru surplusul de produse nevândute, pentru eliminarea pierderilor.

Campanii de conștientizare a producătorilor rurali, cu privire la rolul asocierii între producători, pentru comercializarea produselor ce nu ajung pe piață;

Crearea unei baze de date privind producătorii locali, cu culturile, produsele agricole și mărfurile comercializate, înregistrarea altor date relevante pentru dezvoltarea pietelor, planficarea desfacerilor, a producției etc.

Crearea unui sistem de identificare/certificare/marcare a produselor locale, pentru evidențierea acestora, pentru informarea cumpărătorilor și pentru co-interesarea vânzătorilor să se îndrepte spre producătorii locali ("preocupări restrânse pentru valorizarea produselor locale")

BUGET ESTIMAT: 0,05% din bugetul anual al Municipiului Suceava



Obiectiv specific 6: Creșterea atractivității turistice pentru piața și produsele tradiționale

Activitate 6.1 Promovarea pieței tradiționale locale prin intermediul operatorilor din turism			
Lider acțiune	Municipiul Suceava		
Tipul organizației	Autoritate publică locală		
Parteneri principali	Operatorii din turism (agenții de turism, unitati de cazare și alimentatie publica, ghizi locali)		
Rezultate previzionate	Creșterea numărului de turiști care vizitează Suceava		
	Creșterea numărului mediu al nopților de cazare		
	Dezvoltarea economica a sectorului de turism și a activitatilor adiacente (comercializarea de produse traditionale , activitati de alimentatie publica)		
		Perioada	Surse

Indicatori estimativi	Numărul de turiști, numărul de nopți de cazare	2020	Capital privat PPP
	Cresterea cifrei de afaceri a agentilor economici ce isi desfasoara activitatea in domeniul turismului	2020	Capital privat PPP
	Vizibilitatea piețelor locale în materialele locale de promovare turistica	2018	Buget local Finanțări nerambursabile prin politica de coeziune

Pentru indeplinirea obiectivelor propuse referitoare la implementarea conceptului de piata sustenabila , in special pe componenta de promovare la nivel national si international , este necesar ca eforturile de promovarea a traditiilor si produselor locale intreprinse de autoritatile publice sa fie corelate si/sau completate de actiuni similare ale operatorilor de turism si ale agentilor economici care isi desfasoara activitatea in domeniul turismului in general .

Ne referim in principal la vizibilitatea municipiului si regiunii care depinde in mare parte de modul in care acestea sunt promovate , modul in care informatia este transmisa potentialilor vizitatori , acuratetea si veridicitatea cu care aceste informatii sunt percepute , actiunile de lobby , prezenta informatiilor in special in mediul virtual si in particular in materialele promotionale tiparite .

Activitatile propuse pentru implementare sunt :

Introducerea în pachetele de vizitare a orașului Suceava ale operatorilor turistici(agenții de turism, ghizi locali) a piețelor locale și a punctelor de desfacere a produselor meșteșugărești (Centrul pentru păstrarea tradițiilor bucovinene);

Realizarea unui calendar anual de evenimente ce se desfășoară în orașul Suceava(târgurile Produs în Bucovina, târgurile organizate de Camera de Comerț și Industrie Suceava, de Consiliul județean și de alte organizații din Suceava);

Introducerea în ghidul orașului sau în hărțile turistice ale orașului Suceava a piețelor de desfacere a produselor locale;

Înființarea unor puncte de informare turistică în piețe.

Conturarea unei identități tradiționale bucovinene prin promovarea „ poveștilor locale „ ale produselor, a modalitatii de preparare ale acestora, prin asocierea piețelor cu un personaj local care se bucură de notorietate;

Inițierea unei colaborări cu Inspectoratul Scolar Județean Suceava pentru organizarea unor diverse activități tematice în cadrul „ Săptămânii Altfel.

Realizarea unui site de prezentare și promovare a piețelelor locale, care sa cuprinda informații cu privire la producătorii locali, modul de producție al unor produse cu specific bucovinean, rețete etc.

Crearea unui ghid de bune practici pentru vânzătorii din piețe despre modul în care să își prezinte produsele, adaptate nevoilor acestora prin păstrarea identității locale și respectarea legislației în vigoare.

BUGET ESTIMAT: 120.000 Euro



Activitate 6.2 Implementarea conceptului de piață ca loc de socializare

Lider acțiune	Municipiul Suceava		
Tipul organizației	Autoritate publică locală		
Parteneri principali	Firme private , Producatori locali		
Rezultate previzionate	Creșterea numărului de turiști care vizitează Suceava si implicit a numarului de nopti de cazare		
	Creșterea nivelului de trai si a confortului urban		
	Dezvoltarea economica locala sustenabila in principal in domeniul afacerilor care au domenii de activitate alimentatia publica si turismul		
		Perioada	Surse
Indicatori estimativi	Infrastructura de „ socializare „ creata in vecinatatea pietelor sucevene	2020	Buget local Finanțări nerambursabile prin politica de coeziune
	Numarul de turisti care viziteaza municipiul/regiunea	2019	Finanțări nerambursabile prin politica de

			coeziune
	Numarul de agenti economici care isi desfasoara activitatea in vecinataa pietelor (spatii de alimentatie publica, produse traditionale)	2019	Capital privat

Implementarea conceptului de piata sustenabila la nivel local are , pe langa componentele tehnice, de infrastructura si promovare , un important rol in ceea ce priveste viata sociala a comunitatii locale , in care piata , ca loc de activitati cotidiene , trebuie sa capete in timp un rol important in dezvoltarea relatiilor interumane fie ca este vorba despre relatia comerciant – producator – cumparator , fie ca este vorba despre comunicarea intre cetateni sau despre imaginea creata turistilor vis a vis de traditiile locale perceputa prin observarea realitatilor locale asa cum sunt ele in viata de zi cu zi .

Considerand ca dezvoltarea acestor relatii interumane in spatii de socializare amenajate corespunzator , dar obligatoriu adiacente pietelor , poate determina o imbunatatare semnificativa a imaginii activitatii principale , aceea de comert , si in secundar aceea legata de traditiile si produsele locale .

Pentru indeplinirea acestor obiective mentionam urmatoarele activitati:

Amenajarea locurilor de socializare în cadrul piețelor (ceainării, cafenele, berării, amenajarea unor spații de odihna , spatii de joaca pentru copii , spatii verzi);

Organizarea unor evenimente tematice (festivalul mărului, ziua olăritului) în care sunt promovate prin diverse activități si produse locale.

Organizarea în cadrul piețelor, în spații special amenajate, a unor evenimente culinare sau cursuri de gătit în scopuri caritabile urmand ca produsele finale sa fie donate unor case de copii sau aziluri de bătrâni.

Crearea unui loc special amenajat și semnalizat ce permite desfășurarea unor evenimente în cooperare cu trupe de amatori si formatii ale scolilor de artă;

BUGET ESTIMAT: 120.000 Euro





8.OPORTUNITATI DE FINANTARE PENTRU PERIOADA 2014 – 2020

Horizon 2020 este programul cadru al Uniunii Europene in domeniul cercetarii si inovarii si reprezinta instrumentul economic pentru asigurarea competitivitatii pe plan mondial a spatiului european. Horizon 2020 va fi derulat intre 2014 si 2020, cu un buget alocat de peste 70 miliarde de euro. Horizon 2020 are ca scop incurajarea cercetarii si inovatiei, intarirea bazei tehnologice si stiintifice care sa contribuie la dezvoltarea Zonei de Cercetare Europeana in care cercetatorii, cunoasterea stiintifica si tehnologia sa circule liber.

ERASMUS Plus este noul program al Uniunii Europene in domeniul educatiei, formarii profesionale, tineretului si sportului. Programul demareaza in anul 2014, va fi operational pana in anul 2020 si face parte din cadrul multi-anual de finantare a Uniunii Europene. Proiectele vor fi structurate in cadrul a trei actiuni cheie dupa cum urmeaza:a) mobilitati de invatare; b) Cooperare pentru inovare si bune practice; c) Sprijin pentru reforma politicilor. Bugetul este de 14,7 miliarde EUR pentru toate tarile in perioada 2014-2020.

COSME programul pentru competitivitatea întreprinderilor și pentru IMM-uri. Cu un buget de 2,5 miliarde de euro pentru perioada 2014 – 2020, programul pentru competitivitatea întreprinderilor și pentru IMM-uri, este un instrument de finanțare care continuă în mare parte activitățile desfășurate în cadrul actualului program pentru competitivitate și inovare (CIP).

LIFE – Programul pentru Mediu și Climat, 2014 – 2020, are un buget global de 3,2 miliarde de Euro pe întreaga perioadă de desfășurare, atât pentru proiecte gestionate de organisme publice cât și private. Programul este divizat în două sub-programe: Mediu și Acțiune pentru Climat.

Actiuni de inovatie urbana (dezvoltare urbana) reprezinta un program de studii si proiecte pilot pentru solutii noi referitoare la probleme legate de sustenabilitatea dezvoltarii urbane. Bugetul programului va fi de 350 milioane de euro.

Europa Creativă este un program de finanțare al Uniunii Europene care se va derula in perioada 2014 – 2020. Programul are un buget total de 1,46 de miliarde de euro. Europa Creativă are 3 subprograme: Media, Cultura și o componentă transversală dedicată garantării creditelor bancare pentru sectoarele culturale și creative și cooperării în domeniul politicilor culturale (disponibilă începând cu 2016).

EaSI este un nou program de finantare destinat stimulării ocupării forței de munca și inovării sociale. EaSI (Employment and Social Innovation) va beneficia de o alocare de 920 de milioane de euro pentru perioada 2014-2020. EaSI integrează și extinde aria de acoperire a trei instrumente financiare: Programul pentru Ocuparea Forței de Munca și Solidaritate Socială (Progress), Reteaua

Europeana de Servicii Publice de Ocupare EURES și Instrumentul European de Microfinanțare Progres.

Sănătate pentru creștere economică, al treilea program multianual de acțiune a UE în domeniul sănătății pentru perioada 2014-2020. Acesta ajută/sprijină statele membre în vederea: - întreprinderii reformelor necesare pentru a avea sisteme de sănătate inovatoare și durabile; - creșterii accesului la asistență medicală mai bună și mai sigură pentru cetățeni; - promovării unei stări bune de sănătate a cetățenilor și prevenirii bolilor; - protejării cetățenilor împotriva amenințărilor transfrontaliere. Bugetul programului va fi de 446 de milioane EUR

