

Crearea infrastructurii de marketing în perspectiva semnării Acordului de liber schimb cu UE

Acordul de comerț liber RM-UE

- Acordul de comerț liber între Republica Moldova și Uniunea Europeană presupune liberalizarea graduală (pînă la 10 ani din momentul semnării) a comerțului cu bunuri și servicii, libera circulație a forței de muncă, reducerea taxelor vamale, barierelor tehnice și netarifare, abolirea restricțiilor cantitative și armonizarea legislației RM la Acquis-ul comunitar.
- Crearea Zonei de liber schimb aprofundat și cuprinzător dintre RM și UE este parte a Acordului european de asociere și este o condiție importantă pentru integrarea în spațiul economic european.
- Impactul creării ZLSAC depășește sfera comerțului bilateral cu UE urmînd să impulsioneze modernizarea și dezvoltarea Republicii Moldova.

Principalele avantaje ale ZLSAC pentru sectorul agricol

- Oferă un cadru mai stabil decât preferințele comerciale autonome care sunt revăzute odată la 3 ani și pot fi retrase relativ ușor.
- Perspectiva unui acces nelimitat, fără restricții tarifare la import pe piața europeană a produselor agricole.
- Stimularea modernizării sectorului agroindustrial și a investițiilor atât autohtone cât și străine.

Principale riscuri legate de crearea ZLSAC cu UE pentru sectorul agricol

- Multe acțiuni implică costuri ridicate atât pentru sectorul public cât și pentru sectorul privat.
- Eșecurile în asigurarea reformelor vor avea un impact economic direct perceptibil.
- Va conduce la restructurări în sectorul agroalimentar care pot implica șocuri palpabile la nivel socio-economic.
- Incapacitatea/nedorința agenților economici de a se ajusta și presiunile grupurilor de interes.
- Deschiderea pieței interne pentru produsele Europene, care vor asigura o concurență acerbă produselor autohtone.

Aspecte problematice privind utilizarea preferințelor comerciale autonome

- Moldova utilizează cota alocată în cadrul abordării preferențiale doar pentru unele domenii, însă, în același timp, nu se poate bucura de alte preferințe, în majoritatea cazurilor pentru că standardele de calitate și siguranță, precum și controalele de conformitate nu sunt aliniate la standardele UE.
- Neutilizarea eficientă a posibilităților de export a produselor cu o valoare adăugată înaltă, datorită insuficienței de valorificare a avantajelor comparative și transformarea acestora în avantaje de competitivitate.

Necesitățile sistemului de marketing agricol

- Accesul fermierilor la cunoștințe, servicii și tehnologii și mecanisme de asigurare a finanțării.
- Asigurarea calității și siguranței alimentelor și stabilirea unui sistem adecvat de reglementare, control și inspecție.
- Asigurarea accesului fermierilor la echipamentul de know-how, facilități și echipament post-recoltare.

Obiective directe de bază pentru atingerea unor rezultate bune urmare stabilirii ZLSAC

- Trecerea de la producerea orientată spre târguri înspre producerea orientată în comercializarea producției prin intermediul rețelelor magazine și super-marketete.
- Trecerea de la producerea produselor de masă la producerea produselor cu o valoare adăugată ridicată.
- Utilizarea mecanismelor de identificarea a produselor și scoaterea acestora din anonimat. Asigurarea recunoașterii și încrederii în siguranța lor, din partea consumatorilor.

Politicile Ministerului în materie de asigurarea a infrastructurii de marketing agricol inclusiv de suport a producătorilor agricoli

- Ministerul continuă elaborarea și implementarea reglementărilor armonizate privind siguranța alimentelor și a măsurilor sanitare și fitosanitare. Totodată Ministerul, în conformitate cu sarcinile asumate a lansat elaborarea Strategiei pentru siguranța alimentelor.
- Axarea măsurilor de subvenționare pe stimularea și și sprijinul proiectelor investiționale în agricultură.
- Lansarea și susținerea proiectelor de dezvoltarea a infrastructurii post-recoltare, inclusiv de creare a unei pieți agricole angro, acordarea loturilor de pământ necesare în acest sens.

Politicile Ministerului în materie de asigurarea a infrastructurii de marketing agricol inclusiv de suport a producătorilor agricoli

- Susținerea sistemelor de extensiune și instruire în agricultură.
- Stimularea dezvoltării structurilor asociative în sector.
- Organizarea și susținerea participării producătorilor agricoli în cadrul expozițiilor internaționale, precum și ca coorganizator a expozițiilor de specialitate organizate în țară.

Sistemul european al politicilor privind calitatea produselor

- Sistemul de reglementare a calității beneficiază de o atenție redusă comparativ cu necesitatea asigurării siguranței alimentare.
- Sistemul de politici privind calitatea produselor reglementare a calității conține atât norme cu caracter imperativ cât și norme cu caracter facultativ (implementarea cărora asigură un plus de imagine și poziționare pe piață).

Elemente de bază ale sistemelor de politici privind calitatea:

- Indicațiile geografice și denumirile de origine înregistrate;
- Sistemul de certificare;
- Agricultură ecologică;
- Standardele de marketing.

Standardele UE de marketing cuprind reglementări care stabilesc:

- Definirea/stabilirea “identității produsului”
- Standardele minime pe produs
- Metodele de producere
- Categoriile de produse și
- Cerințele de ambalare
- Instrumente de raportare a prețurilor

Standardele publice de marketing a UE sunt stabilite în mare parte de Regulamentul Consiliului 1234/2007 precum și de reglementări sectoriale (sistemul de directive pe verticală).

Cele mai importante grupurile de produse pentru care se aplică standarde de marketing:

- Carnea de bovină
- Fructe și legume
- Zahăr
- Lapte
- Produse alcoolice
- Cacao și produse de ciocolată
- Ouă
- Suc de fructe
- Vin
- Miere de albi
- Carne de pasăre

Recomandări

- Centrarea prioritară a eforturilor pe sectoarele cu avantaj comparativ și potențial de a asigura valoare adăugată înaltă.
- Stabilirea unui sistem unificat de control, pentru a evita lipsa unor coordonări în ansamblu, și a asigura reducerea cheltuielilor de întreținere și implementare, suprapunere în activitate, micșorarea numărului de controale necesare.
- Necesitatea existenței și/sau elaborării unei strategii și în domeniul asigurării politicilor de calitate, nu doar în domeniul siguranței alimentare cu trasarea necesităților de finanțare și a surselor.
- Elaborarea unei strategii de negociere care să includă termeni propice de liberalizare a comerțului pe fiecare grup de produse.
- Menținerea și dezvoltarea în continuare a sistemelor de extensiune agricolă.