MACP
PROIECTUL AGRICULTURA COMPETITIVĂ ÎN MOLDOVA
SOLUȚII INTELIGENTE PENTRU PERFORMANȚĂ

GRUPURILE DE PRODUCĂTORI

GHID PRACTIC

de la primii paşi
la profitabilitate şi creştere



WORLD BANK GROUP

gef

SWEDEN

2020

CUPRINS

I. DE CE GRUP DE PRODUCĂTORI ? 6
1.1. De ce veniturile fermierilor sunt mici? Venitul fermierilor poate fi mărit prin soluții simple? 7
1.2. Cauzele principale ale profitabilității scăzute ale fermierilor mici. Efectul de scară 8
1.3. De ce intermediarii obțin profituri pe seama producătorilor agricoli? 9
1.4. Cum pot fi mărite veniturile fermierilor? De ce este necesară formalizarea asocierii? 10

II. COOPERATIVA vs GRUPUL DE PRODUCĂTORI 13
2.1. Noțiunea de Grup de Producători 13
2.2. Diferența dintre cooperativă și grupul de producători 15

III. AVANTAJELE ASOCIERII 17
3.1. Sprijinul financiar oferit de către stat pentru grupurile de producători (subvențiile) 18

IV. PAȘII DE CONSTITUIRE A GRUPULUI DE PRODUCĂTORI 21
Pasul 1. Identificarea membrilor (focus-grupului) și evaluarea potențialului GdP 21
Pasul 2. Întrunirea criteriilor legale de constituire. Aprobarea deciziei de fondare 22
Pasul 3. Selectarea formei de organizare juridică a Grupului de Producători 23
Pasul 4. Înregistrarea de stat a entității în baza căreia va activa Grupul de Producători 23
Pasul 5. Recunoașterea oficială a grupului de producători. Obținerea avizului de recunoaștere 23
4.1. Descrierea schematică a procesului de constituire al unui GdP 25

V. FORMELE ORGANIZATORICO-JURIDICE ÎN BAZA CĂRORA ACTIVEAZĂ GdP 26
5.1. Cadrul legislativ de constituire a grupurilor de producători 26
5.2. Selectarea formei organizatorico-juridice 27

VI. DREPTURILE ȘI OBLIGAȚIILE MEMBRILOR GdP 30
6.1. Drepturile membrilor GdP 30
6.2. Obligațiile membrilor GdP 30

VII. MANAGEMENTUL FINANCIAR 31
7.1. Bugetul 31
7.2. Sistemul fiscal 32
7.3. Particularitățile modului de ținere a evidenței contabile și de raportare 33
7.4. Dezvăluirea informației în situațiile financiare 34

VIII. MONITORIZAREA RESPECTĂRII PLANULUI DE RECUNOAȘTERE 40
8.1. Controlul menținerii condițiilor de recunoaștere a grupurilor de producători 40

IX. MARKETINGUL ȘI STUDIUL DE PIAȚĂ 41
9.1. Canale de distribuție 41
9.2. Planul de marketing 45
9.3. Reglementările tehnice pentru grupurile de producători 50

X. PRACTICA ASOCIERII PRODUCĂTORILOR AGRICOLI DIN EUROPA. ISTORII DE SUCCES AUTOHTONE 52
10.1. PRACTICA ASOCIERII PRODUCĂTORILOR AGRICOLI DIN EUROPA 52
10.2. ISTORII DE SUCCES AUTOHTONE 58
Fruitmol Group – puterea rezidă în asociere 59
Piețe noi de desfacere pentru **Strugurii Chihlimbării** 60
Stînca Grup – merele, cartea de vizită a agricultorilor din nordul Republicii Moldova 61

ÎNTREBĂRI FRECVENTE 63
Ghid de resurse 71

UTILITATEA GHIDULUI

Informația din prezentul ghid servește drept material informativ, educativ și îndrumare pentru *producătorii agricoli,* care doresc să se *asocieze* în scopul formării și dezvoltării unui *grup de producători (GdP)*.

Ghidul este o modalitate practică de orientare și recomandări, care nu trebuie tratat ca un set rigid de reguli. În timp ce multe exemple, sugestii și ilustrații pot fi utilizate în mod practic de toți producătorii agricoli din diferite sectoare de activitate, totuși, unele vor fi mai utile, dacă sunt revizuite pentru a se potrivi cu condițiile diverselor activități agricole (horticultură, zootehnie, etc.).

După ce faci cunoștință cu informațiile prezentate în acest Ghid, ar urma, de preferință, să discuți la o întîlnire comună sau în ateliere de lucru cu alți producători agricoli (potențiali membri ai grupului) și specialiști în domeniul dezvoltării afacerilor despre oportunitatea formării unui grup de producători. Rezultatul discuțiilor ar trebui să fie o viziune comună privind dezvoltarea afacerilor, adaptată la specificul activității fiecăruia.

Ce îți propunem prin intermediul acestui Ghid?

- *Să înțelegi mai bine ce este un GdP*
- *Să te convingi că este avantajos să cooperezi și să te asociezi cu alți producători agricoli*
- *Să arătăm care sunt formele de asociere în grup pentru producători*
- *Să demonstrăm că cooperativa este o forma avantajoasă de asociere, la care nu este dificil să aderi sau, după caz, să ieși rapid, dacă viziunile nu coincid*
- *Să oferim informații utile pentru a lua decizia corectă în privința asocierii*

De ce merită să atragi atenția asupra acestui Ghid?

- *Oferă informație practică pentru crearea si funcționarea GdP*
- *Lucrurile sunt explicate într-un limbaj accesibil, pe înțelesul tuturor*
- *Informația este prezentată schematic și pe teze principale, ceia ce te va ajuta să economisești timp și resurse*
- *Primești răspunsuri la întrebările care vor apare la inițierea discuțiilor pentru crearea GdP*

Ce informații utile mai poți afla din acest Ghid?

- *Principalele etape de creare a GdP*
- *Suportul financiar oferit de stat pentru GdP*
- *Particularitățile managementului financiar, ale impozitării și ale politicilor contabile în gestionarea GdP*
- *Descrierea etapelor recunoașterii GdP de către autorități*
- *Monitorizarea procesului de implementare a planului de recunoaștere a GdP*
- *Familiarizarea cu tipurile de activități de promovare a producției și cu etapele implementării unui plan de marketing*
- *Practicii internaționale în domeniul asocierii producătorilor agricoli*

Producătorii agricoli își pot mări veniturile și pot utiliza mai eficient abilitățile și resursele, dacă se asociază în grupuri de producători

Ghidul grupurilor de producători **„De la primii pași la profitabilitate și creștere”** constituie un îndrumar, în primul rînd, pentru producătorii agricoli, care tind să-și mărească veniturile din vînzări și să obțină performanțe în afacerile lor.

Acest Ghid este destinat (viitorilor) lideri ai grupurilor de producători, membrilor (potențiali) ai acestora, dar și specialiștilor în dezvoltarea afacerilor, inclusiv consultanților în dezvoltarea afacerilor, furnizorilor de servicii de extensiune, instituțiilor guvernamentale și non-guvernamentale și partenerilor de dezvoltare, care pot face uz de acest Ghid cu scopul de a promova beneficiile asocierii producătorilor agricoli în grupuri de producători.

Acest Ghid își propune să fie util la inițierea și, ulterior, la etapa de dezvoltare a grupurilor de producători.



Pentru informații suplimentare vizitați paginile web:
http://www.madrm.gov.md ; http://aipa.gov.md ; http://www.capmu.md

SAU CONTACTAȚI:

Unitatea Consolidată pentru Implementarea și Monitorizarea proiectelor în domeniul Agriculturii (UCIMPA)

LA ADRESA:

Chișinău, str. Constantin Tănase 9, of. 512, Tel.: 022-244469

Acest ghid a fost elaborat cu suportul financiar al **Proiectului Agricultura Competitivă în Moldova (MAC-P)** *implementat de către UCIMPA. Publicația urmează a fi distribuită gratuit.*

I. DE CE GRUP DE PRODUCĂTORI ?

Scopul acestui Ghid este de a convinge micii producători agricoli că veniturile, afirmarea lor individuală și puterea de negociere vor crește în rezultatul constituirii sau aderării la un grup de producători, format din agricultori care au *activități similare, aceleași probleme și urmăresc scopuri comune de dezvoltare*. Grupul de producători reprezintă o platformă de dezvoltare convenabilă prin care fermierii mici pot să dobîndească inclusiv noi oportunități și competențe pentru dezvoltarea propriei afacerii.

În susținerea acestei idei, mișcarea de asociere a producătorilor agricoli prin formarea grupurilor de producători este favorizată semnificativ de către stat prin mai multe instrumente concrete, după cum sunt ***subvențiile majorate, granturile, serviciile de consultanță, asistență tehnică, etc***. În același timp, în viitorul apropiat susținerea statului în domeniul asocierii producătorilor agricoli va deveni și mai consistentă și diversă.

Asocierea în grupuri de producători agricoli reprezintă o practică pe larg răspîndită în țările europene cu agricultură dezvoltată. Urmînd acest trend pozitiv, în țara noastră, în ultima perioadă, au apărut primele istorii de succes *(demne de urmat)* în domeniul constituirii grupurilor de producători agricoli.

Cu siguranță, asocierea producătorilor agricoli este o necesitate a timpului, iar dezvoltarea cooperării producătorilor agricoli prin intermediul grupurilor de producători devine ireversibilă și continuă.

Micile obstacole și prejudecățile care mai există în prezent în calea asocierii producătorilor agricoli pot fi depășite relativ ușor prin identificarea unei viziuni comune pentru direcția de dezvoltare, alegerea unui management competent și respectarea necondiționată a înțelegerilor stabilite între membri privind funcționarea grupului.

În continuare, întru promovarea și stimularea asocierii, statul urmează să întreprindă un șir de măsuri energice, cum ar fi:

- ***Revizuirea politicilor din domeniul dezvoltării agricole (inclusiv la nivel regional) cu accent pe specificul asocierii***
- ***Perfecționarea cadrului legislativ al asocierii producătorilor agricoli***
- ***Fortificarea bazelor sociale ale cooperării prin stimularea activității gospodăriilor țărănești (fermierii și familiile acestora)***
- ***Propagarea beneficiilor asocierii în rîndurile producătorilor agricoli, inclusiv prin diseminarea istoriilor de succes***
- ***Crearea condițiilor de concurență liberă și conlucrare reciproc avantajoasă între producătorii agricoli, comercianți și procesatori***



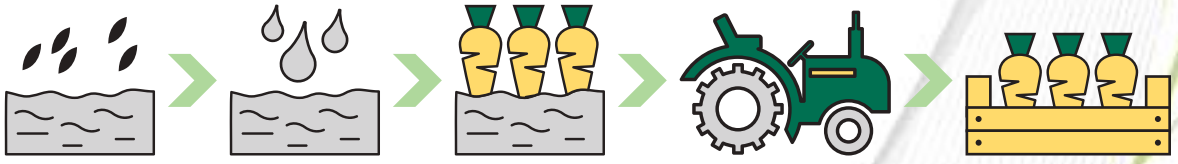
În cele ce urmează propunem spre atenția ta unele întrebări simple, răspunsul la care te va ajuta să înțelegi dacă asocierea este o necesitate pentru tine sau nu

1.1. De ce veniturile fermierilor sunt mici? Venitul fermierilor poate fi mărit prin soluții simple?

Scopul activității unui producător agricol mic *(spre deosebire de familiile care întreține gospodăria casnică din mediul rural pentru necesități personale)* este de a obține o diferență cît mai mare între venitul din vînzarea produselor agricole și cheltuielile de producere. De obicei, producătorii agricoli afirmă că profitabilitatea afacerilor agricole este extrem de scăzută. În consecință, unii producătorii agricoli mici își încetează activitatea și sunt în cautarea oportunităților de angajare peste hotare sau găsesc o altă ocupație plecînd cu familia la oraș.



În același timp, producătorii agricoli mici, din diferite motive obiective, ezită să analizeze sau, pe alocuri, percep greșit motivele nivelului scăzut de rentabilitate. De obicei, majoritatea producătorilor agricoli mici susțin că problema lor este legată de prețurile mici de achiziție a produselor agricole: **„Dacă statul ar asigura și ar garanta achiziționarea produselor noastre la preturi avantajoase, noi vom dezvolta afacerile altfel și vom înflori”**. În același timp, problema costurilor ridicate de producție, din start, este considerată a fi fixată și de nedepășit: **„Știți la ce preț se cumpără motorina, îngrășămintele, cît costă o zi de muncă a lucrătorilor zilieri? — Aceste cheltuieli nu se acoperă de prețurile de achiziție oferite de intermediari!”**



Problema prețurilor mici de achiziție a produselor agricole poate fi soluționată prin intervenția directă a statului, și anume prin: (i) compensarea unor cheltuieli ale producătorului agricol legate de producere sau prin (ii) subvenții legate de volumul vînzărilor realizate *(oficial)* de producătorul agricol.

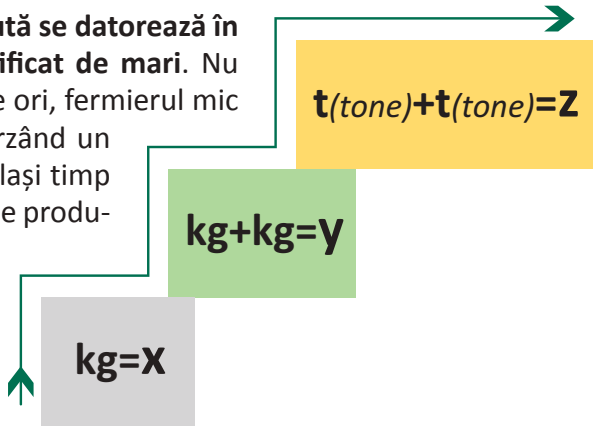
Însă, există riscul că oferirea compensațiilor pentru unele cheltuieli să ducă la majorarea prețurilor furnizorilor *(în acest caz, furnizorii vor beneficia de banii alocați de stat)* sau la micșorarea prețurilor de achiziție *(nici în acest caz, banii primiți de la stat nu vor acoperi cheltuielile)*.

Există păreri că statul ar trebui să intervină și să impună (fără a dispune de pîrghiile necesare) procesatorii, furnizorii de mijloace de producție și comercianții să achiziționeze produsele de la producătorii agricoli la un preț mai mare. Însă, în condițiile unei concurențe acerbe și asistînd la schimbarea radicală de la an la an a situației pe piața produselor agro-alimentare *(dependența sporită de*

situația politică și/sau bonitatea anului agricol în țările din regiune), ar fi naiv de crezut în realizarea sau durabilitatea acestui scenariu.

Prin urmare, instrumentele de îmbunătățire a profitabilității producătorilor agricoli mici urmează să se conformeze strict cu legitățile obiective de dezvoltare ale pieței produsului respectiv. În acest context, în primul rînd, este necesar să ne întrebăm și să înțelegem foarte clar — **De ce producătorul agricol mic, fiind calificat și sîrguincios, primește pentru marfa sa un preț care este mai mic decît cheltuielile real suportate în procesul de producere???**

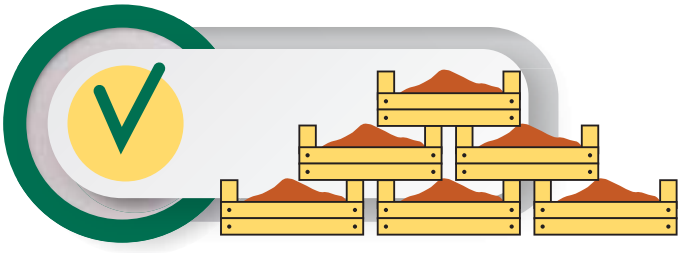
1.2. Cauzele principale ale profitabilității scăzute ale fermierilor mici. Efectul de scară



Trebuie să recunoaștem că **profitabilitatea scăzută se datorează în mod egal veniturilor mici și/sau cheltuielilor nejustificat de mari**. Nu mai este secret faptul că în practică, de cele mai multe ori, fermierul mic este nevoit să vîndă rapid marfa din cîmp, astfel pierzând un venit potențial, de exemplu, de 10 mii de lei, și în același timp supra cheltuind aceiași sumă (sau mai mare) la etapa de producere din anul agricol respectiv.

În altă ordine de idei, **cheltuielile mari și/sau veniturile mici pot fi legate de fragmentarea afacerii fermierului mic**. Adică, fermierul practică mai multe activități agricole fără să se axeze pe una de bază. În consecință, cheltuielile de producere raportate la volumul de roadă recoltată sunt mari. În acest caz, cheltuielie mari sunt legate de efectul de scară a activității producătorului agricol. Respectiv, cu cît suprafața de cultivare este exploatată mai intesiv sau este mărită suprafața, cu atît cheltuielile de producere sunt mai mici.

Există factori care scad profitabilitatea, dar nu depind în totalitate de efectul de scară și amploarea afacerii, **cum ar fi: (i) impozitul funciar per 1 ha** (mărimea impozitului funciar este aceiași pentru 1 ha și pentru 100 ha), **factorul climateric/meteorologic**, restricțiile *(embargourile)* impuse la export.



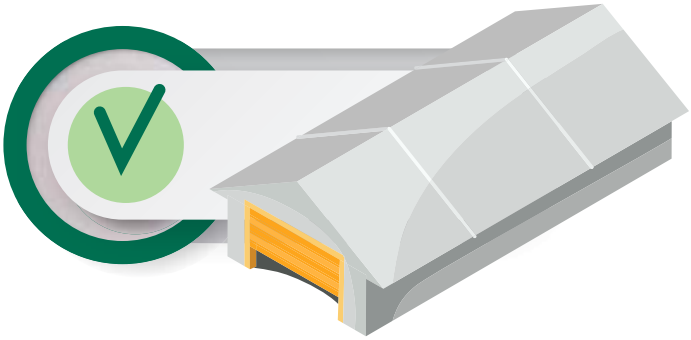
În același timp, există o serie de factori care influiențează profitabilitatea anume din cauza efectului de scară și a amplorii activității producătorului agricol mic. Cel mai simplu exemplu sunt prețurile de achiziție a mijloacelor de producere cu ridicata *(în vrac/în volume mari)* și cu amănuntul (per kg).

Problema achiziției în volume mari se reduce la faptul că un producător mic *(reieșind din amploarea activității)* nu are nevoie de volume mari de mijloace de producție imputuri, are o putere

de negociere limitată, deoarece nu are banii necesari pentru a procura într-o singură livrare toate cele necesare pentru întregul sezon agricol, și în plus, nu dispune de spațiu și condiții bune pentru păstrare.

Un alt factor important care influențează negativ profitabilitatea este implementarea **insuficientă a tehnologiilor moderne de producere**, inclusiv din cauza lipsei tehnicii specializate *(mașini, utilaje)* necesare în procesul de producere pentru efectuarea unor lucrări agricole specifice. Acest factor inevitabil duce spre scăderea randamentului și a calității/ omogenității produselor, precum și la ratarea unor cantități semnificative de producție agricolă.





În final, **profitabiliateta și rentabilitatea afacerii producătorului agricol va crește semnificativ în cazul în care producția nu va fi vîndută din cîmp**, dar va trece prin alt segment din lanțul valoric - spre exemplu, **depozitarea producției, păstrarea în frigidere dotate cu camere de prerăcire, procesarea laptelui și a mierii de albine, linii de sortare/ambalare, etc**. În rezultat, producătorul va prelungi perioada de comercializare a producției sale și o va vinde conform cerințelor de sortare și ambalare ale cumpărătorului.

Însă, aceste deziderate pot fi realizate, pe cont propriu, doar de către producătorii agricoli mari **sau în cazul în care producătorii agricoli mici își unesc eforturile prin asociere.**

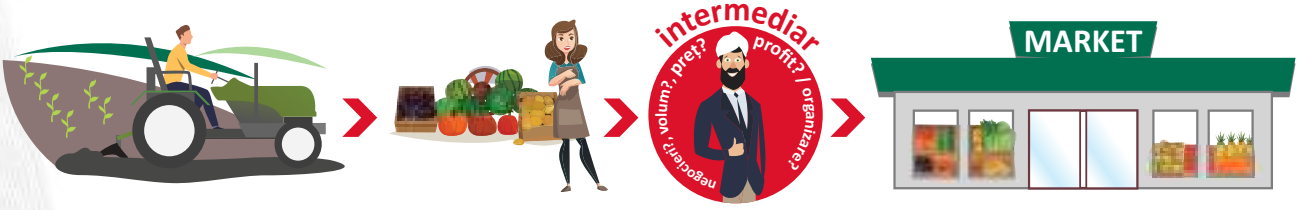
1.3. De ce intermediarii obțin profituri pe seama producătorilor agricoli?

Efectul mărimii producătorului agricol, capacitatea lui de a se organiza și necesitatea de a face față cerințelor severe ale pieții au fost analizate și conștientizate eficient de intermediari. Aceștia propun să acorde servicii sau, în cele mai multe cazuri, achiziționează producția de la fermieri.

Astfel, **intermediarii sunt antreprenorii care prestează diferite servicii și achiziționează marfa de la producătorii agricoli, fiind conectați la piețele interne și externe de desfacere a produselor agricole.**

De obicei, unii fermieri mici care nu au soluții (convenabile) de realizare a producției, fiind constrînși de datorii și de faptul că producția în cîmp pierde din calitate și începe să se altereze, recurg la vînzarea către intermediari (revînzători) cedînd semnificativ din preț.

Afacerea intermediarilor, în mod evident, constă în achiziționarea produselor agricole la prețuri (cît mai) mici, cu ulterioara (re)vînzare, la comanda clienților și prețuri de piață.



Astfel, pe de o parte, intermediarii consideră că diferența dintre prețul de achiziție și cel încasat de la clienții lor este corect în raport cu capitalul investit, organizarea proceselor (vămuire/transport) și riscurile aferente; pe de altă parte, producătorii agricoli consideră că profiturile obținute de intermediari sunt prea mari în raport cu munca depusă.

Totodată, rolul intermediarilor onești (a celor care colaborează o perioadă îndelungată de timp) este benefic și pozitiv pentru activitatea producătorilor agricoli care nu dispun de facilități de păstrare/sortare/ambalare a producției, dar mai ales, a celor care nu au piață de desfacere. Chiar producătorii agricoli recunosc faptul că intermediarii sunt comercianți mai buni.

În mod firesc, pentru a diminua rolul intermediarilor și a trece la etapa de dezvoltare calitativă a producătorilor agricoli este necesară asocierea.

Doar prin asociere este posibil de păstrăt și investit în interesul producătorilor agricoli asociați și a comunității din care fac parte porțiunea semnificativă din profit transferată în prezent intermediarilor

1.4. Cum pot fi mărite veniturile fermierilor? De ce este necesară formalizarea asocierii?

Optimizarea cheltuielilor de producere și construirea infrastructurii post-recoltare (de exemplu, un depozit frogorific modern) nu pot fi realizate de către un producător agricol mic. În același timp, obiectivele enumerate pot fi realizate de către mai mulți producători agricoli care cultivă un produs sau un grup de produse de același tip.

În condițiile Republicii Moldova, chiar și un producător agricol de nivel mediu nu poate atinge individual obiectivele menționate. Pentru realizarea obiectivelor este necesară asocierea cu producătorii din aceeași regiune.

Amploarea afacerilor crește datorită asocierii producătorilor

Din punct de vedere formal, procesul de asociere este destul de simplu și duce la obținerea efectului de scară, care nu este posibil pentru un producător agricol mic, dar este realizabil pentru un grup de producători.

Totuși, de ce este necesară crerea unei entități noi — **cooperativa**, dar nu se poate ajunge la o înțelegere verbală simplă sau scrisă între participanți?



Pentru a înțelege mai bine efectul de scară și impactul său pozitiv în procesul de asociere, este necesar de a analiza când apare acest efect. Respectiv, în procesul de evaluare a necesităților de asociere trebuie examinate următoarele provocări:

1. *Fiecare membru cui îi va transmite contribuția sa pentru achizionarea de mijloace de producție necesare, tehnică sau contribuția pentru construcția infrastructurii post-recoltare?*
2. *Cine va contabiliza toate procurările? Unde vor fi recepționate bunurile și produsele achiziționate? Cine va pregăti partea documentară?*
3. *Cine va fi responsabil pentru intergritatea și exploatarea echipamentelor achiziționate?*
4. *Cum procedăm în cazul în care un membru utilizează mai mult/mai intens infrastructura comună, iar altul mai puțin? Cine acoperă cheltuielile, în ce proporție?*
5. *Cine repară bunurile defectate?*
6. *Cum are loc procesul decizional, cine adoptă și cine execută hotărîrile privind activitatea economică comună?*
7. *Cum rezolvăm conflictele de interese?*
8. *Cine este responsabil pentru gestionarea activității comune?*

Problemele enumerate pot fi soluționate numai prin consens reciproc, stabilind din start de comun acord regulile activității. Un astfel de acord va duce inevitabil la crearea unei persoane juridice noi — **cooperativa**, deoarece doar teoretic ne putem imagina ca un bun comun să fie gestionat de către toți după necesitate, fără reguli clare de interacțiune între membri, inclusiv cei care se vor alătura în viitor.

Procesul de dezvoltare a conceptului de cooperativă nu a fost spontan, dar s-a afirmat în timp. La fel, crearea unei cooperative durabile este de lungă durată, și se bazează pe principii de cooperare reciproc avantajoase. Principiile și regulile principale de cooperare sunt stabilite în Legea privind cooperativele de întreprinzător nr. 73/2001, acestea fiind la general:

- Scopul cooperativei este de a contribui la obținerea profitului de către membrii săi
- Membrii contribuie la formarea bunurilor cooperativei și obțin profituri prin implicarea în activitatea economică a acesteia, care se contabilizează sub formă de cote de participare
- Cooperativa este condusă de un organ decizional colectiv, care este adunarea generală. La adoptarea deciziilor fiecare membru are 1 vot

Gîndindu-te la dezvoltarea afacerii... Tu ce alegi?

Să continui activitatea așa cum este astăzi, în mod individual, confruntînd de unul singur toate provocările și problemele care din an în an sunt mai mari și se acutizează?

sau

Să găsești soluții și idei noi împreună cu alți producători agricoli care au aceleași griji, dar și interese, punînd bazele unui grup de producători? Interesele comune pot fi diminuarea cheltuielilor și eficientizarea producerii, dezvoltarea tehologică, condiții bune de păstrare a producției ***(de exemplu, un complex frigorific modern, un centru de procesare a laptelui/mierii de albine, dotat cu facilități de ambalare și prelucrare)***, management eficient, accesarea piețelor de desfacere, etc.

Fii sigur de faptul că asocierea este viitorul!





II. COOPERATIVA vs GRUPUL DE PRODUCĂTORI

În Republica Moldova formele de asociere ale producătorilor agricoli sunt diverse și se deosebesc în funcție de scopul stabilit, precum și după formă organizatorico-juridică, conținut, inclusiv drepturi și obligații ale membrilor.

Pentru clarificare, menționăm că asocierea producătorilor după scop poate fi categorizată în:

asociere non-profit, care urmărește obiective de lobby și advocacy. Forma principală organizatorico-juridică de înregistrare și funcționare a acestor entități este asociația. Aceste entități sunt constituite și activează pentru apărarea și promovarea intereselor membrior asociației, dar nu urmăresc scopul de obținere a profitului și, de regulă, nu comercializează producție agricolă (de exemplu, Asociația Producătorilor și Exportatorilor de Fructe ”Moldova Fruct”, Asociația Producătorilor de Struguri, Asociația Națională a Apicultorilor din Moldova, Uniunea Cooperativelor de Întreprinzători ”Agri Expo”, etc.);

ascociere pe principii comerciale în scop de obținere a profitului. Principalul obiectiv al acestor entități este obținerea profitului de către membri/asociați și prosperitatea lor. Cooperativa de întreprinzător este forma organizatorico-juridică principală de înregistrare și funcționare (de exemplu, peste 50 cooperative de întreprinzător create pe parcursului anilor 2014-2019 doar în cadrul proiectului Băncii Mondiale MAC-P, etc.).

Prezentul Ghid promovează și analizează asocierea producătorilor agicoli în scop comercial (de obținere a profitului). **Astfel, le recomandăm cu toată încrederea producătorilor agricoli să se asocieze în cooperative de întreprinzător,** pe motiv că procesul de aderare/ieșire a membrilor în/din cooperativă este mai simplu și flexibil în comparație cu alte forme de organizare[1].

2.1. Noțiunea de Grup de Producători

Legea privind grupurile de producători și asociațiile acestora nr. 312 din anul 2013[2] definește grupul de producători ca fiind: *„Orice persoană juridică, cu excepția organizațiilor necomerciale, constituită din producători agricoli și recunoscută de autoritatea competentă, al cărei scop principal este comercializarea în comun a produselor agricole ale membrilor grupului”*.

Grupul de producători este o noțiune utilizată pe larg în legislația europeană și pusă în practică în țările cu agricultură dezvoltată. În țara noastră acest concept a fost preluat și implementat în conformitate cu cele mai bune practici europene, adaptate la specificul și condițiile legislației autohtone.

Totodată, termenul **„grup de producători”** nu are o definiție universală stabilită prin directive europene.

[1] Asocierea în grupuri de producători poate fi realizată și în bază de societate cu răspundere limitată (SRL) cu minim 5 asociați sau societate pe acțiuni (SA) cu minim 5 acționari.
[2] http://lex.justice.md/index.php?action=view&view=doc&lang=1&id=351749

Astfel, pentru scopurile acestui Ghid, analizăm conceptul de grup de producători utilizînd referințe relevante, după cum urmează:



★ **Grupurile de producători sunt cooperări voluntare ale producătorilor de produse agricole.** Acestea își asumă funcții și roluri importante în numele membrilor lor. Astfel, pot concentra oferta, pot îmbunătăți **marketingul** și comercializarea produselor, pot optimiza costurile de producție, pot efectua studii și cercetări, precum și o vastă gamă de alte activități[3].



★ Grupurile și organizațiile de producători ajută fermierii împreună să facă față provocărilor cauzate de creșterea concurenței și consolidarea pieților în ceea ce privește comercializarea produselor lor, inclusiv pe piețele locale. Statele membre ale UE au posibilitatea de a acorda prioritate grupurilor și organizațiilor de producători de produse de calitate. Pentru a asigura că grupul sau organizația de producători va deveni o entitate viabilă, o condiție care trebuie îndeplinită pentru acordarea sprijinului financiar este prezentarea unui **plan** de recunoaștere către autoritățile competente[4].



★ Agricultorii individuali, din proprie inițiativă, se asociază și stabilesc o strategie de marketing mai efectivă, prognozînd astfel competitivitatea și valoarea/prețul produselor lor. Respectiv, prin recunoașterea de către autoritățile competente a grupurilor de producători, după prezentarea unui plan de recunoaștere sau a unui program operațional, acestea pot să beneficieze de **fonduri** care pot fi investite de membri întru atingerea obiectivelor stabilite.

Reieșind din cele expuse, atît legislația europeană, cît și cea națională prevede că grupurile de producători sunt asocieri *(benevole)* anume ale producătorilor agricoli.

În același timp, există păreri conform cărora noțiunea de grup de producători trebuie extinsă, oferind astfel posibilitatea ca în grupul de producători să poată fi incluși membri și alți deținători de interese, cum ar fi procesatori de produse agricole, comercianți, furnizori de inputuri[5] pentru agricultură, etc.; adică, entități și persoane care urmăresc scopul comun de integrare a lanțului valoric, inclusiv de obținere a unui profit/randament mai mare și de optimizare a cheltuielilor. Pentru extinderea noțiunii de grup de producători, este necesară operarea de modificări și completări la cadrul legislativ existent. Acest proces complex de modificare a legislației în vigoare urmează a fi inițiat prin identificarea, formularea și argumentarea intereselor comune ale fiecăruia dintre deținători de interse implicați.

Pentru scopurile acestui Ghid, analizăm grupurile de producători create exclusiv de către producătorii agricoli, conform prevederilor legislației Republicii Moldova.

---

3 https://ec.europa.eu/agriculture/producer-interbranch-organisations/producer-organisations-association_en
4 https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?qid=1447343161682&uri=CELEX:32013R1305
5 Input - produse, materiale si servicii utilizate în procesul tehnologic de producere agricolă

2.2. Diferența dintre cooperativă și grupul de producători

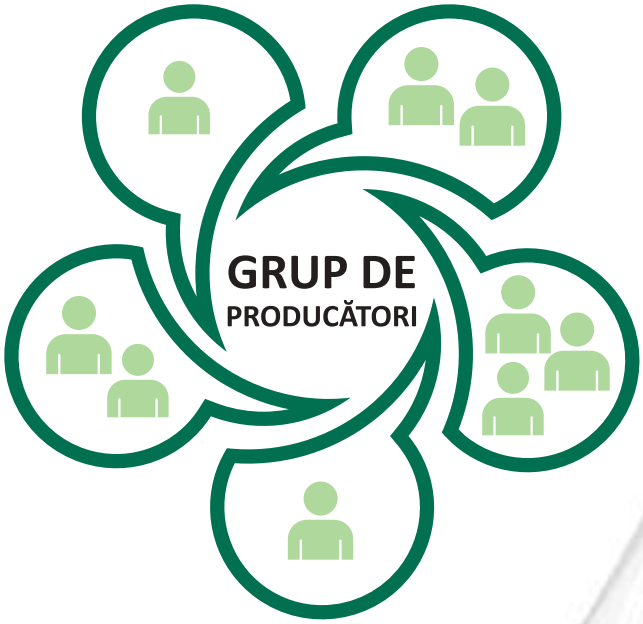
În contextul asocierii producătolor agricoli, sunt utilizate frecvent noțiunile de grup de producători și cooperativă. Astfel, pentru a clarifica lucrurile și pentru a nu crea confuzie între aceste noțiuni, venim cu următoarele explicații.

Este bine de știut:

Cooperativa de întreprinzător este ***forma oranizatoric-juridică*** de asociere a producătorilor agricoli pe principii comerciale (obținere a profitului).

Grupul de producători este ***statutul special acordat de către autorități (MADRM[6])*** acelor cooperative de întreprinzător, SRL sau SA, care obțin avizul de recunoaștere și implementează planul de recunoaștere stabilit pe un termen de 5 ani[7].

În același timp, menționăm că un grup de producători recunoscut trebuie să fie constituit din minim **5 membri**[8].



Nu toate cooperativele de întreprinzător sunt grupuri de producători. Totodată, unele cooperative pot activa fără a obține statutul de grup de producători recunoscut, însă nu vor putea obține subvenții de la stat.

! De reținut: Doar grupurile de producători recunoscute pot accesa subvenții din Fondul Național de Dezvoltare a Agriculturii și a Mediului Rural (numit pe înțelesul tuturor — Fondul de subvenționare).

6 Ministerul Agriculturii, Dezvoltării Regionale și Mediului
7 Procedura de aprobare a planului de recunoaștere este descrisă la Capitolul IV
8 Conform prevederior Art. 7 alin. (1) al Legii privind grupurile de producători și asociațiile acestora, nr. 312/2013

Avantajele grupului de producători și procedura specială de obținere a avizului de recunoaștere, precum și principalele obligații ale membrilor în raport cu grupul de producători recunoscut sunt descrise în capitolele ce urmează.

Pentru informație:

În Republica Moldova cooperativele pot fi constituite sub două forme organizatorico-juridice:

COOPERATIVĂ DE ÎNTREPRINZĂTOR

și

COOPERATIVĂ DE PRODUCȚIE

Principala diferență dintre cooperativa de întreprinzător și cea de producție este că: (i) cooperativa de întreprinzător este constituită din membri ***persoane juridice*** sau fizice care practică activitatea de întreprinzător (în mod oficial, în bază de gospodărie țărănească sau întreprindere individuală); (ii) cooperativa de producție este constituită exclusiv din membri ***persoane fizice***.

Definiția generală a cooperativei se conține în **Codul Civil al Republicii Moldova**: ***„Cooperativa este asociația benevolă de persoane fizice și juridice, organizată pe principii corporative în scopul favorizării și garantării, prin acțiunile comune ale membrilor săi, a intereselor lor economice și a altor interese legale”[9].***

Pentru scopurile acestui Ghid, analizăm cooperativele de întreprinzător, deoarece Legea privind grupurile de producători și asociațiile acestora, nr. 312 din 2013, prevede că membri ai grupurilor de producători sunt persoanele fizice care practică activitatea de întreprinzător (care sunt înregistrate sub formă de Gospodărie Țărănească sau Întreprinzător Individual) sau persoanele juridice.

Pentru informație:

În prezent, în Republica Moldova sunt înregistrate aproximativ 3,550 cooperative[10]. Dintre acestea, doar aproximativ 50 cooperative sunt active, iar 35 cooperative au statut de grup de producători acordat de MADRM (pot beneficia de măsuri de sprijin financiar (subvenții) din partea statului)[11].

9 Conform prevederilor Art. 282 alin. (1) al Codului Civil al Republicii Moldova
10 http://cis.gov.md/statistica
11 http://www.madrm.gov.md/ro/content/grupurile-de-producători-recunoscute-de-ministerul-agriculturii-dezvoltării-regionale-și

III. AVANTAJELE ASOCIERII

Asocierea producătorilor agricoli, inclusiv prin formarea grupurilor de producători, reprezintă un obiectiv stabilit de politica agroindustrială a Republicii Moldova. În principal, **asocierile și parteneriatele sunt create în scopul comercializării eficiente a producției, iar obținerea unui profit mai mare este rezultatul optimizării cheltuielilor.**

Pentru mulți agricultori este deja evident faptul că asocierea permite producătorilor, mai ales celor mici, să coopereze în vederea unei mai bune planificări a producției membrilor grupului. Comercializarea în comun a produselor agricole și utilizarea oportunităților pe care producătorii mici nu au capacitatea să le valorifice fiecare în parte este rezultatul cooperării.

Este foarte important că anume prin asociere, fermierii pot să-și organizeze mai bine activitatea de procurare în comun a inputurilor agricole, marketingul, depozitarea și procesarea. Aceste activități pot asigura reducerea costurilor și totodată, creșterea valorii adăugate a produselor. De asemenea, grupurile de producători beneficiază de avantaje financiare oferite de stat prin intermediul programelor de subvenționare.

Beneficiile principale ale asocierii sunt descrise în tabelul următor:

Avantaje	Descriere
	*Acces la piețele de desfacere interne și externe, inclusiv pătrunderea în rețelele de marketuri datorită formării loturilor de marfă ce corespund criteriilor de calitate și cantitate.* *Creșterea puterii de negociere și obținerea unui preț mai avantajos/concurențial atît la procurarea inputurilor, cît și la vînzarea producției.*
	*Vinderea producției este pusă în sarcina grupului, care dispune de persoane cu pregătirea necesară. Obligația fermierului este producerea cît mai calitativă a cantităților contractate de cooperativă/grup.* *Brand recunoscut pe piață.* *Planificarea producției.*
	*Diminuarea costurilor de producere prin contractarea serviciilor de la cooperativă.* *Consulanță specializată financiară, fiscală, operațională, juridică, etc. în cadrul grupului la producere.* *Accesul mai facil la resurse financiare, inclusiv la granturi și subvenții.*
	*Investiții comune în infrastructura post-recoltare, păstrare și procesare a produselor agricole.* *Implementarea tehnologiilor moderne.*
	*Rezolvarea problemelor în comun.* *Crearea locurilor de muncă în localitate.* *Parteneriat de lugă durată.* *Posibilitate de a influența calitativ starea lucrurilor în comunitate prin comunicare și sprijin reciproc.*
	*Prelucrarea pămîntului, tehinici de producere și gestionarea deșeurilor prin practici comune prietenoase mediului.*



De ce cooperativele se dezvoltă lent?

Prima explicație a acestui fapt este că membrii nu dispun de resurse financiare suficiente pentru întreținerea entității nou-create, inclusiv pentru acoperirea cheltuielilor administrative, dar mai ales, pentru dotarea acesteea cu echipamentele și infrastructura necesară pentru păstrarea, prelucrarea și transportarea produselor.

3.1. Sprijinul financiar oferit de către stat pentru grupurile de producători (subvențiile)

Astfel, stimularea financiară a GdP de către stat în primii ani de activitate este vitală pentru supraviețuire și dezvoltarea ulterioară.

Susținerea financiară a GdP din partea statutului este o practică normală în țările europene dezvoltate în scopul creșterii și dezvoltării durabile a cooperațiilor agricole.

În Republica Moldova, dezvoltarea cooperării agricole a devenit una dintre prioritățile politicii agrare de stat începînd cu anul 2013[12]. Astfel, în Fondul Național de Dezvoltare a Agricuturii și a Mediului Rural (fondul de subvenționare) este prevăzută o serie de măsuri de sprijin adresate grupurilor de producători. Fondul este gestionat de Agenția de Intervenție și Plăți pentru Agricultură (AIPA).

! Atenție: Doar grupurile de producători care sunt recunoscute de autorități (dețin avizul de recunoaștere de la MADRM) pot beneficia de suport din partea statului.

Astfel, sprijinul financiar se acordă, la cererea grupului de producători recunoscut, de AIPA și se calculează reieșind din valoarea producției comercializate anual de către grupul de producători, conform actelor confirmative, în mod descrescător, după cum urmează[13]:



a) **5 % – în primul an de activitate;**
b) **4 % – în al doilea an de activitate;**
c) **3 % – în al treilea an de activitate;**
d) **2 % – în al patrulea an de activitate;**
e) **1 % – în al cincilea an de activitate a grupului de producători.**

Sprijinul financiar acordat grupului de producători în cuantumul prevăzut la lit. a)—e) nu va depăși suma de 1.5 milioane lei pentru un an de activitate.

Sprijinul financiar se acordă pentru primii cinci ani de activitate ai GdP, termenul de calculare începînd din data recunoașterii grupului. Sprijinul financiar pentru ultimul an se oferă după confirmarea implementării corecte a planului de recunoaștere[14].

În cazul grupurilor de producători recunoscute în cursul primului lor an de activitate, sprijinul

[12] Odată cu aprobarea Legii privind gruprile de producători și asociațiile acestora, nr. 312/2013
[13] Conform Art. 18 din Legea privind grupurile de producători și asociațiile acestora, nr.312/2013
[14] Procedura de aprobare a planului de recunoaștere este descrisă la Capitolul IV

financiar poate fi solicitat în funcţie de activitatea economică realizată în ultimul semestru, pe baza dărilor de seamă prezentate pentru perioada respectivă, ţinînd cont de valoarea minimă stabilită a produselor comercializate[15].

În același timp, Legea grupurilor de producători prevede posibilitatea pentru GdP de a beneficia de credite preferențiale pentru investiții din partea donatorilor și de garantarea acestor credite din partea statului.

Subvenții pentru investițiile în infrastructura post-recoltare



AIPA
AGENTIA DE INTERVENTIE SI PLATI PENTRU AGRICULTURA

Pentru investițiile efectuate în infrastructura post-recoltare necesară pentru buna funcționare a GdP, volumul sprijinului financiar nu va fi mai mic de 50% din valoarea investiției.

Astfel, mărimea subvenției pentru investiția în case de ambalare și depozite frigorifice de păstrare a fructelor, strugurilor și legumelor pentru grupurile de producători (plafonul) **constituie pînă la 5 milioane lei**.

Destinația sprijinului financiar — urmează a fi utilizat în conformitate cu planul de recunoaștere, pentru[16]:

- **compensarea cheltuielilor administrative ale grupului de producători**
- **plata pentru studii de prefezabilitate și fezabilitate**
- **achitarea contractelor pentru realizarea materialelor publicitare în vederea promovării imaginii grupului și a produselor acestuia**
- **investiții în infrastructura post-recoltare și de procesare a produselor pentru care a fost recunoscut grupul de producători**
- **cheltuielile ce țin de implementarea sistemelor de siguranță și securitate alimentară, utilizarea practicilor și a tehnicilor de producție și gestiune a deșeurilor care să nu dăuneze mediului înconjurător, în special, pentru protecția calității apelor, a solului și a peisajului natural, precum și de menținere și/sau promovare a biodiversității**
- **achitarea cursurilor de calificare a personalului cu privire la standardizarea producției, aplicarea sistemelor de siguranță și securitate alimentară, promovarea utilizării practicilor de cultivare, a tehnicilor de producție și gestiune a deșeurilor care să nu dăuneze mediului înconjurător, marketingul produselor agricole, pregătirea studiilor de piață**
- **promovarea denumirilor/mărcilor comerciale ale grupurilor de producători**

[15] În cazul produselor de origine vegetală, valoarea minimă a producției comercializate eligibilă pentru sprijin financiar este 1 milion lei, iar pentru produsele de origine animală nu există o limită minimă

[16] În conformitate cu prevederile Art. 18 alin. (9) din Legea privind grupurile de producători agricoli și asociațiile acestora, nr.312/2013

Tabelul de mai jos prezintă măsurile și mărimea sprijinului financiar acordat prin subvenții pentru GdP în comparație cu producătorii individuali conform Regulamentului de subvenționare[17].

Măsura de sprijn prin subvenționare		Producători individuali		Pentru GdP
Mărimea sprijinului financiar acordat unui producător agricol în cadrul unui an de subvenționare	Până la	5 milioane lei	Până la	**7.5 milioane lei**
Submăsura 1.6. Stimularea investițiilor pentru dezvoltarea infrastructurii postrecoltare și procesare		5 milioane lei		**5 milioane lei**
Submăsura 1.7. Stimularea creditării producătorilor agricoli de către băncile comerciale și instituțiile financiare nebancare (subvenționarea dobînzilor bancare)		150,000 lei		**300,000 lei**
Submăsura 1.8. Stimularea constituirii și funcționării grupurilor de producători agricoli (subvenții din valoarea producției comercializate prin intermediul GdP)		Lipsește		**1.5 milioane lei**
Submăsura 1.9. Stimularea activităților de promovare (subvenționarea activităților de marketing pentru participare în cadrul expozițiilor, tîrgurilor, concursurilor, cu profil agroalimentar, organizate peste hotarele țării)		100,000 lei		**100,000 lei**

Pe viitor se propune ca mărimea sprijinului acordat GdP reieșind din valoarea producției comercializate anual de către grupul de producători să crească substanțial pînă la:

15% pentru produsele de origine animală și 13% pentru produsele de origine vegetală – în primul an de activitate

13% pentru produsele de origine animală și 11% pentru produsele de origine vegetală – în al doilea an de activitate

11% pentru produsele de origine animală și 9% pentru produsele de origine vegetală – în al treilea an de activitate

9% pentru produsele de origine animală și 7% pentru produsele de origine vegetală – în al patrulea an de activitate

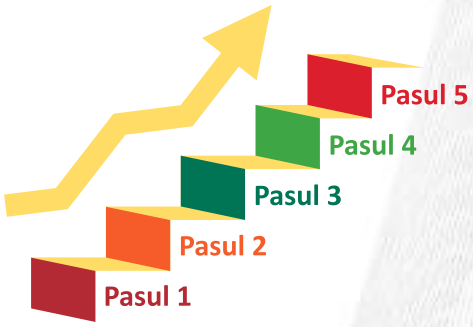
7% pentru produsele de origine animală și 5% pentru produsele de origine vegetală – în al cincilea an de activitate a grupului de producători

[17] Hotărîrea Guvernului cu privire la modul de repartizare a mijloacelor Fondului Naţional de Dezvoltare a Agriculturii şi Mediului Rural nr. 455/2017

IV. PAȘII DE CONSTITUIRE A GRUPULUI DE PRODUCĂTORI

Decizia de a constitui un grup de producători trebuie să fie una firească pentru producătorii agricoli (mai ales cei mici), care decid să rezolve împreună problemele comune și au aceeași viziune de dezvoltare.

Astfel, dorința comună de a constitui un GdP este certă și susținută prin acțiuni concrete și implicare colectivă a tuturor membrilor, atunci procedura descrisă mai jos este una simplă și se realizează rapid.



Dacă membrii sunt determinați, elaborează și aprobă în timp util toate deciziile necesare, atunci realizarea scopului de la ideie pînă la obținerea avizului de recunoaștere nu va dura mai mult de aproximativ 5 – 6 săptămîni.

Descrierea pașilor de urmat pentru constituirea GdP

Pentru constituirea unui grup de producători este necesar de a întreprinde următorii pași:

Pasul 1. Identificarea membrilor (focus-grupului) și evaluarea potențialului GdP

Mai jos sunt prezentate cîteva condiții fundamentale pe care se bazează înființarea unui grup de producători:

- Problemele și constrângerile existente nu pot fi soluționate individual. Este nevoie de un grup de agricultori motivați pentru a soluționa împreună probleme similare, inclusiv provocările legate de accesul la piața de desfacrere.
- Viitorii membri trebuie să convină, din start, asupra unui set de reguli clare de interacțiune în cadrul grupului.
- Avantajele membrului (acces la infrastructura colectivă, inputuri, servicii, piețe, schimb de experiență etc.) depășesc cu mult dezavantajele și obstacolele care conduc spre ezitare privind aderarea la GdP.
- Cel puțin o persoană din cadrul grupului dispune de abilități de conducere și preia inițiativa de a reprezenta grupul. Pentru ca activitatea să aibă succes, este esențial ca această persoană să se bucure de autoritate și încredere.
- Grupurilor nu le este impusă nici o restricție legală, respectiv, ele pot alege conducători atît din rîndul membrilor, cît și angaja manageri; pot comercializa și crea propriul asortiment de produse marfă și branduri comerciale; pot reinvesti profitul și pot adopta decizii cu privire la repartizarea beneficiului sub formă de dividende, etc.

Pentru a asugura durabilitatea asocierii, în procesul de creare a unui GdP trebuie să fie analizate și evaluate toate aspectele enumerate mai sus.

Pasul 2. *Întrunirea criteriilor legale de constituire. Aprobarea deciziei de fondare*

Pentru a se conformă cerințelor legale de constituire — decizia de a iniția crearea unui **grup de producători se discută și se aprobă de către minim 5 producători agricoli**:

- Fiecare din cei **5 producători agricoli** este înregistrat și activează oficial. De regulă, producătorii agricoli își desfășoară activitatea individuală sub forma organizatorico-juridică de gospodărie țărănească sau societate cu răspundere limitată.
- Cei **5 fondatori** decid forma organizatorico-juridică a entității nou-formate (conform Pasului 3 descris mai jos).
- Nici unul dintre fondatori nu poate deține mai mult de 20% din voturi la adunarea generală.
- Toți membrii sunt producători ai aceluiași produs sau grup de produse.
- Grupurile de producători pot solicita recunoașterea pentru un produs sau un grup de produse omogene după cum urmează:


cereale


plante oleaginoase


legume, inclusiv cartofi și sfeclă de zahăr


fructe, inclusiv struguri și pomușoare


porcine, carne de porc


păsări, carne de pasăre, ouă


bovine, carne de bovine


ovine și caprine, carne și lapte de ovine și de caprine, lînă


miere de albine și produse apicole


lapte și produse lactate


plante medicinale și eterooleaginoase


semințe și material săditor, flori

- membrii grupului de producători se obligă să comercializeze produsele proprii în cadrul grupului respectiv, după cum urmează:
  - **50% – în primul an de activitate a grupului recunoscut;**
  - **60% – în al doilea an de activitate a grupului recunoscut;**
  - **75% – în al treilea și în următorii ani de activitate a grupului recunoscut;**
- membrii grupului de producători își asumă angajamentul de a achita contribuțiile financiare necesare pentru finanțarea grupului de producători;
- durata minimă a calității de membru este un an.

Pasul 3. *Selectarea formei de organizare juridică a Grupului de Producători*

Reieșind din prevederile legislației în vigoare (Codul Civil, Legea cu privire la antreprenorat și intreprinderi, nr. 845/1992, Legea GdP), un grup de producători poate fi constituit în una din următoarele forme juridice de organizare:

- **Cooperativă de întreprinzător**
- **Societate cu răspundere limitată**
- **Societate pe acțiuni**

Trebuie să ții cont de faptul că, indiferent de forma de organizare aleasă pentru entitate (enumerate mai sus), **prin lege, un GdP este format din cel puțin 5 membri — producători agricoli, dintre care nici unul nu poate deține mai mult de 20% din voturi la adunarea generală**.

În același timp, indiferent de forma de organizare aleasă, membrii GdP au aceleași drepturi și obligații, care sunt stabilite prin Legea GdP și statutul entității.

Totuși, forma organizatorico-juridică de cooperativă de întreprinzător reflectă cel mai bine esența GdP, deoarece reglementează anume relațiile privind asocierea producătorilor pentru realizarea unui scop comun, inclusiv detaliază procesul de aderare — ieșire a membrilor din grup.

Pasul 4. *Înregistrarea de stat a entității în baza căreia va activa Grupul de Producători*

Entitatea nou-fondată *(cooperativa de întreprinzător, societatea cu răspundere limitată sau societatea pe acțiuni)* se consideră constituită și dobîndește statut de persoană juridică de la data înregistrării de stat în conformitate cu prevederile *Legii nr. 220-XVI din 2007 privind înregistrarea de stat a persoanelor juridice și a întreprinzătorilor individuali.*

Înregistarea entității are loc conform procedurii general acceptate la **Agenția Servicii Publice** *(Departamentul înregistrare și licențiere a unităților de drept)*.

Termenul ordinar de înregistrare este 3 zile din data depunerii setului de acte, care include:

- **Procesul verbal de constituire, inclusiv alegerea organelor de conducere**
- **Procesele verbale interne ale membrilor cu privire la participarea la constituirea entității noi**
- **Cererea de înregistare**
- **Declarația beneficiarilor efectivi**

Taxele pentru înregistrarea de stat și serviciile prestate pot fi consultate pe pagina web: http://www.asp.gov.md

Pasul 5. *Recunoașterea oficială a grupului de producători. Obținerea avizului de recunoaștere*

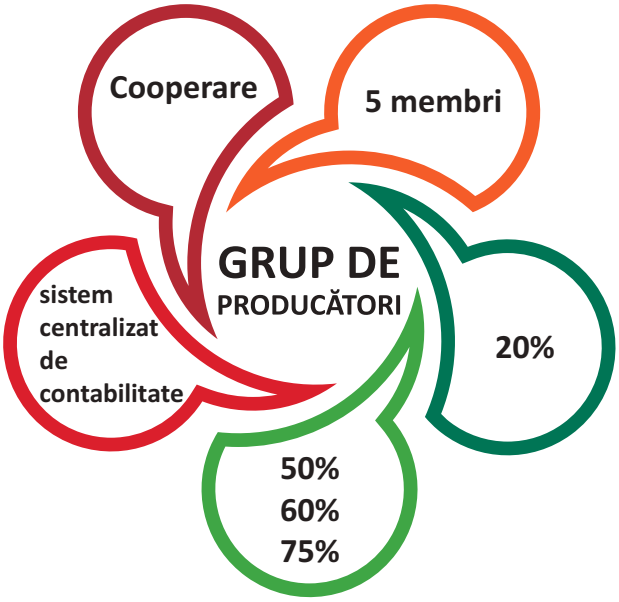
Grupul de producători se consideră pe deplin constituit și poate beneficia de măsurile de sprijin financiar din partea statului din data obținerii Avizului de recunoaștere de la **Ministerul Agriculturii, Dezvoltării Regionale și Mediului** (MADRM).

Condițiile principale de obținere a recunoașterii grupului de MADRM sunt:

1. *Să fie înregistrat legal sub una din **formele juridice de organizare**, conform legislației în vigoare;*

2. *Să fie constituit din minim **5 membri** - producători agricoli, dintre care nici unul nu poate deține mai mult de **20%** din voturi la adunarea generală;*

3. *Să dețină un **sistem centralizat de contabilitate**, facturare, înregistrare și urmărire cantitativă, calitativă și valorică a producției membrilor săi, comercializată prin intermediul grupului de producători.*



Etapele principale în recunoașterea grupurilor de producători:

- **Recepționarea și înregistrarea dosarului la MADRM și AIPA**
- **Aprobarea sau respingerea preventivă a planului de recunoaștere de către AIPA în termen de pînă la 20 zile de la data primirii acestuia**
- **Comisia de recunoaștere a MADRM efectuează controlul administrativ**
- **MADRM acceptă recunoașterea solicitantului în calitate de grup de producători, cu emiterea avizului de recunoaștere**
- **Grupul de producători recunoscut se înscrie, pentru evidență, în Registrul grupurilor de producători**

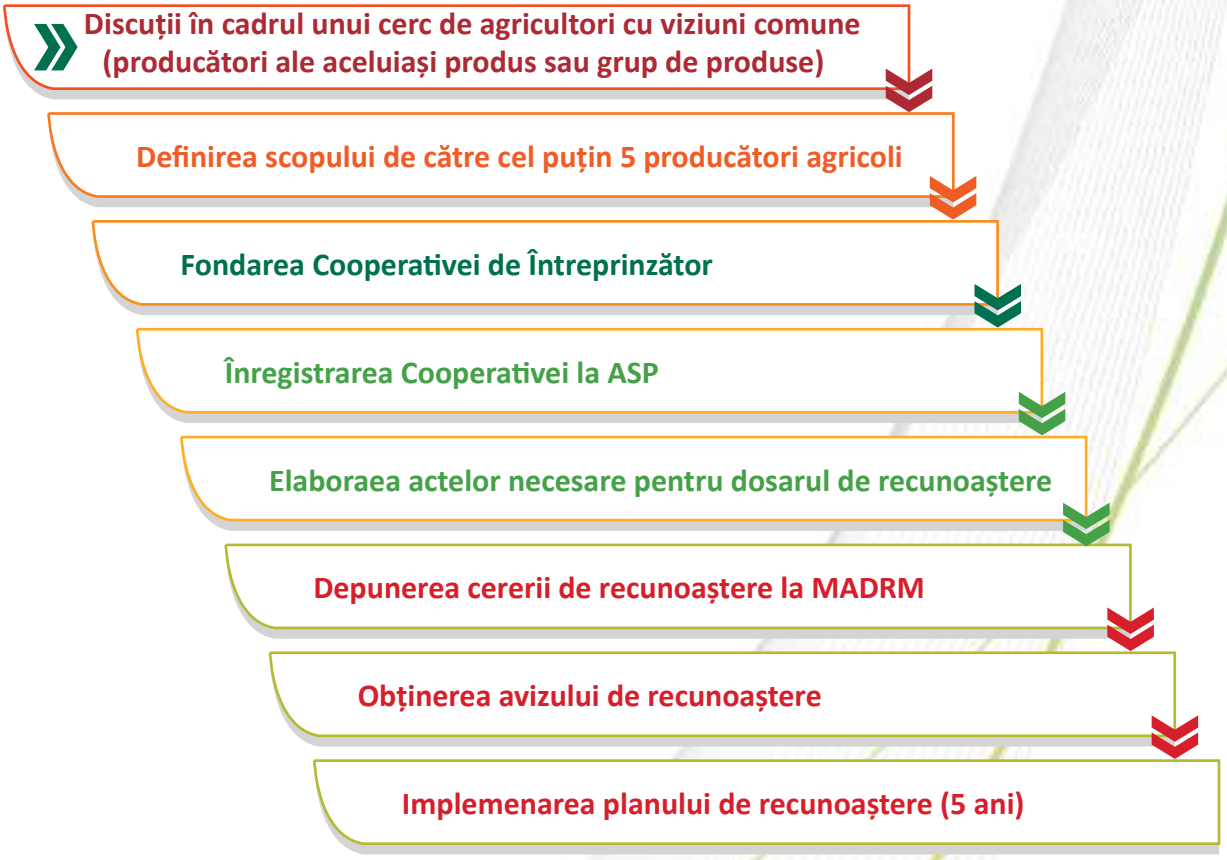
Pentru a obține statutul de grup de producători recunoscut, persoana juridică înaintează la MADRM o cerere prin care solicită recunoașterea, la care anexează:

- **copia legalizată de pe actele de constituire**
- **copia de pe decizia adunării generale a grupului sau a organului împuternicit de acesta în care se stipulează acordul membrilor grupului pentru efectuarea demersurilor legale în vederea recunoașterii ca grup de producători**
- **declarația pe propria răspundere a fiecărui membru al grupului din care să rezulte că nu aparține unui alt grup de producători pentru aceeași categorie de produse pentru care se solicită recunoașterea**
- **planul de recunoaștere, care trebuie să conțină**

- ✓ descrierea situației persoanei juridice privind infrastructura, numărul de membri și datele de identificare ale acestora, informații cu privire la producția membrilor grupului și comercializarea acesteea
- ✓ informații despre sistemul centralizat de facturare, înregistrare și urmărire cantitativă, calitativă și valorică a producției realizate de membrii grupului de producători
- ✓ planul estimativ de recunoaștere pentru o perioadă de 5 ani
- ✓ descrierea măsurilor eligibile pentru care vor fi utilizate resursele financiare acordate drept ajutor de stat, conform prevederilor art. 18 alin. (9) a Legii nr.312/2013 privind grupurile de producători agricoli și asociațiile acestora

! Atenție: ***Reiterăm faptul că o cooperativă poate să activeze fără să dețină statutul de grup de producători (fără să obțină avizul de recunoaștere). Însă, în acest caz, cooperativa respectivă nu va putea beneficia de măsurile de sprijin financiar din partea statului prevăzute pentru GdP.***

4.1. Descrierea schematică a procesului de constituire al unui GdP



V. FORMELE ORGANIZATORICO-JURIDICE ÎN BAZA CĂRORA ACTIVEAZĂ GdP

5.1. Cadrul legislativ de constituire a grupurilor de producători

De la aprobarea cadrului legislativ necesar pentru cooperarea producătorilor agricoli[18] (începînd cu anul 2001) pînă în prezent, spre regret, nu s-au format tradiții de delegare către cooperative a anumitor funcții care sunt imposibil de exercitat sau sunt neprofitabile pentru agricultorii individuali. În consecință, mișcarea cooperatistă nu s-a dezvoltat pe măsură.

Cu toate acestea, problemele privind profitabilitatea redusă a micilor fermieri (reieșind din dimensiunile micro ale afacerilor și cantitățile mici de producție-marfă ale acestora) sunt obiective și nu depind de conștientizarea sau ignorarea necesității de asociere. În acest sens, după anul 2013[19], statul a acordat atenție stimulării creării și dezvoltării grupurilor de producători. Prin urmare, au fost introduse noi măsuri de susținere și a sporit atenția față de asocierea producătorilor agricoli.

Legea nr. 312 din 20 decembrie 2013 privind grupurile de producători agricoli și asociațiile acestora a pus bazele cadrului legal pentru crearea și funcționarea grupurilor de producători, devenind, în același timp, principalul document de politici ce reglementează asocierea producătorilor agricoli.

Ulterior, în conformitate cu legea menționată, a fost instituit și mecanismul de organizare, recunoaștere și funcționare a grupurilor de producători agricoli, aprobat prin *Ordinul Ministerului Agriculturii și Industriei Alimentare din Republica Moldova nr.81 din 12.05.2017 cu privire la aprobarea procedurii de recunoaștere a grupurilor de producători*.

Cadrul normativ în cauză reglementează activitatea grupurilor de producători, care au drept scop valorificarea producției membrilor grupului, îmbunătățirea eficienței activității acestora, planificarea producției, concentrarea ofertei, organizarea desfacerii produselor agricole, precum și condițiile de acordare a sprijinului financiar, ce țin de organizarea și funcționarea acestor.

Un Grup de producători poate fi orice persoană juridică, cu excepția organizațiilor necomerciale, constituită din producători agricoli și recunoscută de autoritatea competentă în condițiile Legii nr.312/2013 privind grupurile de producători agricoli și asociațiile acestora, al cărei scop principal este comercializarea în comun a produselor agricole ale membrilor grupului.

Este important de menționat faptul că apartenența la un grup de producători nu presupune concentrarea terenurilor și a producerii, fiecare proprietar rămînînd în continuare cu proprietățile sale, grupul urmînd să-și asume responsabilitatea de identificare a furnizorilor de inputuri și ulterior, a cumpărătorilor pentru producția comercializată prin grup.

Managementul grupului de producători are ca scop negocierea celui mai bun preț, a condițiilor de livrare, încasarea banilor și transferarea acestora către membri, în dependență de volumele co-

[18] Legea privind cooperativele de întreprinzător nr. 73/2001 și Legea privind cooperativele de producție nr. 1007/2002
[19] Odată cu aprobarea Legii privind grupurile de producători și asociațiile aceastora nr. 312/2013

mercializate prin intermediul grupului.

Grupurile de producători recunoscute funcționează pe baza actelor de constituire. **Actele de constituire a grupului de producători sunt statutul și contractul de asociere, care sunt semnate de toți fondatorii.**

5.2. Selectarea formei organizatorico-juridice

Una din primele decizii importante (cu efecte de lungă durată) pe care trebuie să și-o asume grupul de producători în momentul lansării în afaceri, este alegerea formei organizatorico-juridice a viitoarei afaceri și stabilirea regulilor clare de interacțiune între membri și entitatea comună și viceversa.

Întrucît nu există o formă organizatorico–juridică de afaceri bună și alta rea, în vederea luării unei decizii corecte și argumentate, se va ține cont de domeniul de activitate, de resursele disponibile, precum și de așteptările pe care le au membrii grupului de la viitoarea afacere.

În același timp, cea mai apropiată formă oragnizatorico-juridică de esența asocierii/cooperării grupului de producători este cooperativa de întreprinzător. Aceasta reiese inclusiv din faptul că profitul obținut în cadrul cooperativei de întreprinzător, în cea mai mare parte, este rezultat din relațiile economice ale cooperativei cu membrii săi. Astfel, beneficiul realizat de entitate este împărțit între membri în dependență de volumul de produse vîndut prin cooperativă și/sau a volumului de inputuri achiziționate prin intermediul cooperativei, indiferent de mărimea cotei de participare în capitalul social. Totodată, în procesul de adoptare a hotărîrilor la adunarea generală, fiecare membru are un (1) vot, și în acest caz, fără a lua în considerație mărimea cotei de participare.

Prin comparație, în cazul altor societăți comerciale (SRL, SA) — modul de formare a profitului și de repartizare a acestuia nu depinde de volumul de produse comercializat/achiziționat prin intermediul companiei comune, dar este calculat proporțional mărimii cotei de participare sau a pachetului de acțiuni deținut de asociați/acționari în capitalul social.

Pentru a face o alegere bine argumentată la selectarea formei organizatorico-juridice, viitorul grup de producători trebuie să analizeze o serie de factori determinanți și să găsească răspunsul inclusiv la următoarele întrebări:

- *Care este specificul ramurii/domeniului de activitate în care se va lansa grupul de producători?*
- *Cîți membri urmează să-și asume responsabilitatea pentru lansarea și desfășurarea afacerii și cum intenționează grupul să împartă riscurile şi responsabilităţile?*
- *Resursele financiare și materialele de care dispun membrii grupului sunt suficiente pentru a organiza grupul?*
- *Din ce surse urmează să fie obținut venitul/profitul grupului?*
- *Care sunt criteriile de repartizare a profitului? Care este modul de adoptare deciziilor în cadrul grupului?*
- *Care este modalitatea de ținere a evidenței contabile și de raportare financiară a fiecărui membru? Cum va funcționa sistemul centralizat de evidență contabilă? Etc.*

În funcție de răspunsurile la întrebările de mai sus, se va selecta **statutul juridic** care corespunde cel mai bine doleanțelor și capacităților sale de producție. Potrivit legislației în vigoare a Republicii Moldova, activitatea de antreprenoriat recomandată pentru crearea unui grup de producători este[20]:



- ***cooperativa de întreprinzător***
- ***societatea cu răspundere limitată***
- ***societatea pe acțiuni***

Cooperativa de întreprinzător este o organizație comercială (întreprindere) cu statut de persoană juridică, ai cărei membri sunt persoane juridice și/sau fizice care practică activitate de întreprinzător (*Legea privind cooperativele de întreprinzător nr.73/2001).*

Societatea cu răspundere limitată este societatea comercială cu personalitate juridică al cărei capital social este divizat în părți sociale conform actului de constituire și ale cărei obligații sunt garantate cu patrimoniul societății (*Legea privind societățile cu răspundere limitată nr. 135/2007).*

Societatea pe acțiuni este societatea comercială al cărei capital social este în întregime divizat în acțiuni și ale cărei obligații sunt garantate cu patrimoniul societății (*Legea privind societățile pe acțiuni nr. 1134/1997)*.

În tabelul de mai jos se compară cele 3 forme organizatorico-juridice — cooperativa de întreprinzător, societatea cu răspundere limitată și societatea pe acțiuni:

Criterii	Cooperativa de întreprinzător	Societate cu răspundere limitată	Societate pe acțiuni
Denumirea	**C.Î.+denumire**	**S.R.L.+ denumire**	**S.A.+ denumire**
Statutul juridic	**Persoană juridică cu scop lucrativ (de obținere a profitului)**		
Actele de constituire	**Statutul; Contractul de asociere**		
Capital social	***Variabil, format din cote de participare (care trebuie să fie divizibile la 10)***	*Capitalul social este divizat în părți sociale. Mărimea capitalului social al societății se stabilește de către fondatori în statut. Nu este prevăzută o valoare minimă*	*20,000 lei Capital social divizat pe acțiuni*
Conducerea	***Adunarea generală, Consilul de adminstrație (la necesitate, sau dacă sunt mai mult de 50 membri), președintele***	*Adunarea generală, Consilul de adminstrație (la necesitate), administratorul*	*Adunarea generală a acționarilor, Consilul de adminstrație (la necesitate), organul executiv*

[20] Legea cu privire la antreprenoriat şi întreprinderi nr. 845–XII din 03.01.92

Criterii	Cooperativa de întreprinzător	Societate cu răspundere limitată	Societate pe acțiuni
Structura	***Minim 5 membri, persoane juridice sau fizice care practică activitatea de întreprinzător***	*Minim 5 asociați producători agricoli sau max. 50 asociați*	*Structură mai extinsă și mai puțin flexibilă decât S.R.L. fondată de 5 asociați producători agricoli. Drepturi suplimentare pentru acționarii care dețin min. 5% și 10% din acțiuni*
Evidența membrilor/ asociaților/acționarilor (primirea și excluderea)	***Membrii sunt primiți sau excluși de către Adunarea generală sau Consiliul Cooperativei, în baza cererii depuse. Hotărîrea se consemnează în Registrul membrilor cooperativei fară înregistrare suplimentară la ASP***	*Membrii sunt primiți sau excluși de către Adunarea generală sau Consiliul SRL. Hotărîrea se înregistrează la Agenția Servicii Publice*	*Membrii sunt primiți sau excluși de către Adunarea generală sau Consiliul SA. Hotărîrea se înregistrează la registratorul independent care ține registrul acționarilor*
Distribuirea profitului	***În dependență de volumul relațiilor economice al membrului cu cooperativa***	*În dependență de mărimea cotei sociale a membrului în capitalul social al întreprinderii, indiferent de volumul relațiilor economice al membrului cu întreprinderea*	*În dependență de mărimea pachetului de acțiuni a membrului în capitalul social al societății, indiferent de volumul relațiilor economice al membrului cu societatea*
Modul de aprobare a deciziilor	***La adunarea generală. Un membru – un vot, indiferent de mărimea cotei deținute de membru în capitalul social al cooperativei***	*La adunarea generală. În dependență de mărimea cotei sociale a membrului în capitalul social al întreprinderii*	*La adunarea generală. În dependență de mărimea pachetului de acțiuni al membrului în capitalul social al societății*
Impozitarea	***12% din venitul impozabil + 6% din dividende***	*12% din venitul impozabil sau 4% din venitul din activitatea operațională + 6% din dividende*	*12% din venitul impozabil + 6% din dividende*
Evidența contabilă Raportarea	***Sistemul contabil în partidă dublă, cu prezentarea situațiilor financiare complete Pentru GdP: Sistem centralizat de contabilitate***	*Sistem contabil în partidă dublă, cu prezentarea situațiilor financiare simplificate sau complete Pentru GdP: Sistem centralizat de contabilitate*	*Sistem contabil în partidă dublă, cu prezentarea situațiilor financiare simplificate sau complete. Pentru GdP: Sistem centralizat de contabilitate*

Reieșind din cele expuse, decizia privind alegerea formei organizatorico-juridice este luată de viitorii membri ai GdP. Cea mai simplă și convenabilă formă pentru constituirea unui GdP din producători agricoli este cooperativa de întreprinzător. Această entitate oferă cea mai accesibilă posibilitate de a face modificări operative în structura membrilor (acceptare și/sau excludere), fără a fi necesară înregistrarea suplimentară la Agenția Servicii Publice, iar profitul este împărțit în dependență de volumul de produse vîndut prin intermediul cooperativei, indiferent de mărimea cotei deținute.

V. DREPTURILE ȘI OBLIGAȚIILE MEMBRILOR GdP

6.1. Drepturile membrilor GdP

Legea privind grupurile de producători agricoli și asociațiile acestora prevede anumite **drepturi** pentru membrii grupului, printre care:

- ***să beneficieze de servicii de consultanță, expertiză tehnică și tehnologică, precum și de instruiri, oferite de/sau prin intermediul grupului de producători;***
- ***să participe la activitatea grupului de producători, să primească informații, date și documente privind activitatea acestuia în termenele și în modul prevăzute de statut;***
- ***să comercializeze toată producția proprie prin intermediul grupului de producători;***
- ***să înainteze propuneri de subiecte de discuții pentru agenda adunării generale;***
- ***să desemneze și să voteze candidații pentru organele de conducere ale grupului de producători.***

Membrul poate beneficia și de alte drepturi prevăzute de legislație și de statutul GdP.

6.2. Obligațiile membrilor GdP

Totodată, în scopul responsabilizării membrilor în activitatea lor în comun, Legea prevede o serie de **obligații** și anume:

- să execute prevederile *Legii privind grupurile de producători agricoli și asociațiile acestora* nr. 312/2013, ale statutului și regulamentelor interne ale grupului de producători;
- să comercializeze producția proprie prin intermediul grupului de producători, în proporțiile stabilite din volumul total al produselor recoltate și de vînzări pentru produsele agricole pentru care s-a asociat:



- **50% în primul an de activitate**
- **60% în al doilea an de activitate**
- **75% în al treilea an și anii următori**

- să facă parte dintr-un singur grup de producători pentru același produs sau grup de produse;
- să pună la dispoziție informațiile solicitate de grupul de producători referitoare la suprafețele destinate producției, tipul de cultură, cantitățile recoltate și vînzările directe în vederea întocmirii informațiilor statistice;
- să verse cotizații, sub formă de mijloace financiare sau în natură, prevăzute în actele de constituire pentru înființarea și funcționarea grupului de producători;
- să informeze despre orice modificare a datelor de identificare proprii introduse în Registrul de stat al persoanelor juridice.

VI. MANAGEMENTUL FINANCIAR

Din cele 35 grupuri de producători recunoscute de MADRM, 33 activează sub formă de cooperativă de întreprinzător, iar 2 sunt SRL-uri. Reieșind din practica existentă, acest capitol face referire la practica de ținere a evidenței contabile a cooperativelor de întreprinzător.

7.1. Bugetul

În scopul asigurării unei gestionări corecte a resurselor financiare ale cooperativei, se recomandă întocmirea bugetelor anuale care asigură o planificare eficientă a veniturilor și cheltuielilor și conțin anumite măsuri de prudență financairă. Aceste măsuri au ca scop prevenirea pierderilor financiare.

Bugetul de venituri și cheltuieli este programul financiar al cooperativei cu ajutorul căruia se planifică veniturile, cheltuielile, sursele de finanțare și rezultatele financiare ale activității.

De obicei, bugetul anual este elaborat de către organul executiv și se aprobă de adunarea generală de regulă în trimestrul patru al anului premergător celui pentru care a fost elaborat. La necesitate, bugetul poate fi modificat de către consiliul de administrare al cooperativei.

Partea de venituri se formează din vînzarea producției membrilor, acordarea serviciilor, contribuțiile membrilor, granturi, subvenții, donații, sponsorizări, credite, împrumuturi, precum și din alte surse și activități.

În cazul insuficienţei resurselor proprii, membrii grupului contribuie la acoperirea cheltuielilor operaționale și administrative pentru asigurarea unei activități continue și în condiții de profitabilitate rezonabilă. Mărimea contribuțiilor membrilor este aprobată de adunarea generală a membrilor grupului de producători.

La întocmirea bugetelor anuale vor fi luate în calcul datele prognozate incluse în **Planul de recunoaștere** în calitate de grup de producători, precum și valoarea tranzacțiilor operaționale interne și externe ale cooperativei.

Tranzacțiile operaționale interne includ livrările de bunuri și procurările de servicii între cooperativă și membrii acesteia, iar ***tranzacțiile operaționale externe*** includ livrările de bunuri și procurările de servicii între cooperativă și terți (care nu sunt membri ai cooperativei).

Tranzacții operaționale între cooperativă și membri

Pentru o funcționare transparentă și durabilă, fiecare cooperativă trebuie să aprobe un regulament privind relațiile economice cu cooperativa. De asemenea, această cerință este prevăzută de Legea cu privire la cooperativele de întreprinzători. Acest regulament stabilește relațiile economice între cooperativă și membrii ei, precum și între membrii cooperativei, drepturile și responsabilitățile fiecărui membru, modul de achitare a cotelor, de distribuire a profitului, de ținere a contului personal



descriere de tranzacție

al fiecărui membru al cooperativei și alte reguli aferente tranzacțiilor dintre cooperativă și membru.

Documentarea și contabilizarea tranzacțiilor operaționale aferente livrărilor producției sau de prestare a serviciilor între cooperativă şi membri se efectuează în baza contractelor încheiate cu membrii cooperativei, cu perfectarea documentelor primare contabile prevăzute de legea contabilităţii și codul fiscal.

La livrarea mărfurilor, producției sau la prestarea serviciilor, cooperativa poate aplica aceleași prețuri și tarife atît pentru membrii săi, cît și pentru alte persoane, iar membrii cooperativei pot aplica prețuri de achiziții sau tarife diferite.

Cooperativa menține evidența ***contului personal al fiecărui membru al cooperativei***. Contul personal reflectă situația privind cotele depuse de membru, împrumuturile acordate și/sau primite, tranzacțiile interne de vînzare și procurare, precum și calculul, repartizarea și achitarea dividendelor și rabaturilor *(adaosurilor)* cooperatiste.

Contul personal se completează în baza documentelor primare și conține un anumit volum de informații. Acestea de obicei cuprind datele generale ale membrului *(denumire, cod fiscal, adresă, date bancare și de contact)*, datele aferente cotelor deținute *(tipul cotelor de participație, mărimea cotelor, etc)* și datele despre tranzacțiile economice cu cooperativa *(procurări și vînzări, împrumuturi, rabaturi și/sau adaosuri cooperatiste, dividende calculate și achitate)*.

Cooperativa și membrul verifică periodic decontările reciproce — în fiecare an la data întocmirii raportului către AIPA privind implementarea Planului de recunoaștere și la data efectuării inventarierii patrimoniului cooperativei și/sau în ultima zi a anului de raportare ***(31 decembrie)***.

Volumul tranzacțiilor operaționale între cooperativă și membri trebuie confirmat de fiecare membru în parte. Datele se includ în conturile personale ale membrilor, precum și în rapoartele prezentate în corespundere cu prevederile legislației. În special, se vor reflecta datele de comercializare a producției fiecărui membru în cadrul grupului *(50% — în anul 1, 60% — în anul 2 și 75% — în al treilea și următorii ani de activitate)*.

Astfel, volumul tranzacțiilor operaționale între cooperativă și membri nu poate fi mai mic decît volumele minime de comercializare prestabilite ale fiecărui membru al grupului *(cantitativ și valoric)* în funcție de anul de activitate după ce grupul a fost recunoscut.

7.2. Sistemul fiscal

Sistemul fiscal al cooperativelor se conduce de prevederile Codului fiscal și actelor normative în vigoare.

Cooperativele calculează și achită impozite și taxe aferente salariilor calculate, inclusiv contribuții sociale și individuale de stat, prime de asigurare medicală, impozit pe venit din plățile salariale, taxa pe valoarea adăugată, impozit pe bunuri imobiliare, impozit funciar, impozit pe venit, taxe locale.

Modul de calculare a impozitelor și taxelor de către cooperative nu se deosebește în mare măsură de modul de calculare de către alți contribuabili, dar are și unele particularități.

7.3. Particularitățile modului de ținere a evidenței contabile și de raportare

Cooperativele și grupurile de producători ţin contabilitatea în conformitate cu principiile metodologice şi regulile stabilite şi reglementate prin următoarele acte normative de bază:

- **Legea privind grupurile de producători agricoli şi asociaţiile acestora nr. 312/2013**
- **Legea privind cooperativele de întreprinzător nr.73/2001**
- **Legea privind cooperativele de producție nr. 1007/2002**
- **Legea contabilității și raportării financiare nr. 287/2017**
- **Standardele Naționale de contabilitate (SNC) cu modificările ulterioare**
- **Planul general de conturi contabile elaborat în baza Standardelor Naționale de Contabilitate (SNC) și a altor acte normative contabile, aprobat prin Ordinul Ministerului Finanțelor al Republicii Moldova nr. 174 din 25.12.1997**
- **Indicațiile metodice privind privind particularitățile contabilității în cooperativele de întreprinzător aprobate prin Ordinul Ministerului Finanțelor al Republicii Moldova nr. 28 din 01.13.2002**

Răspunderea pentru ţinerea contabilității și raportarea financiară în conformitate cu prevederile Legii contabilității revine conducătorului entității, adică președintelui cooperativei.

Președintele cooperativei poate să angajeze un contabil-șef în baza contractului individual de muncă sau să delegheze ținerea contabilității unei organizații specializate sau unei firme de audit în bază de contract de prestare a serviciilor de contabilitate.

Cooperativele țin contabilitatea conform sistemului complet sau simplificat în baza prevederilor Legii contabilității. Ținînd cont de volumul tranzacțiilor economice ale grupurilor de producători deja înregistrate, se recomandă de aplicat sistemul complet de ținere a evidenței contabile.

În conformitate cu *Legea privind grupurile de producători agricoli și asociațiile acestora,* cooperativa sau alta persoană juridică poate solicita recunoașterea sa ca grup de producători dacă deține un sistem centralizat de contabilitate, facturare, înregistrare și urmărire cantitativă, calitativă și valorică a producției membrilor săi comercializată prin intermediul grupului de producători.

Astfel, cooperativa trebuie să procure și să utilizeze un sistem automatizat de ținere a evidenței contabile, cum ar fi 1C — contabilitate, Universal accounting sau alt program licențiat în Republica Moldova. Confirmarea deținerii sistemului automatizat este factura fiscală emisă pe numele cooperativei care confirmă procurarea softului de la firme specializate.

Politicile contabile ale cooperativei

Politicile contabile trebuie selectate și aplicate în mod consecvent pentru fapte economice similare în cursul perioadei de gestiune, precum și de la o perioadă de gestiune la alta.

La stabilirea modului de selectare, aplicare și modificare a politicilor contabile, trebuie să se aplice prevederile SNC **„Politici contabile, modificări ale estimărilor contabile, erori și evenimente ulterioare”**, unde este specificat că politicile contabile reprezintă principii, baze, convenții, reguli și practici specifice aplicate de o entitate la ținerea contabilității și întocmirea situațiilor financiare.

Potrivit prevederilor SNC și reieșind din cerințele standardelor internaționale, orice entitate poate aplica diferite principii, reguli de organizare și ținere a contabilității activelor imobilizate, activelor circulante etc.

În Politicile contabile ale cooperativei, se recomandă de inclus de asemenea și modul de contabilizare a capitalului social al cooperativei, modul de contabilizare a granturilor și subvențiilor, modul de calculare a rabaturilor și adaosurilor cooperatiste, precum și modul de documentare, contabilizare și repartizare a profitului.

7.4. Dezvăluirea informației în situațiile financiare



Cooperativele întocmesc situaţiile financiare în conformitate cu legislația şi standardele naţionale de contabilitate. Situațiile financiare se aprobă de către adunarea generală a membrilor cooperativei sau de alt organ împuternicit, se semnează și se prezintă utilizatorilor.

Nota explicativă cu informații suplimentare ce nu se regăsesc în bilanț se întocmește şi se anexează la situațiile financiare, precum și contul de profit și pierdere sau alte anexe ale acestora.

În Nota explicativă, de rînd cu informația cu caracter general, cooperativa trebuie să dezvăluie:

① ***date aferente capitalului:***

- mărimea cotelor ordinare și preferențiale la începutul și sfîrșitul perioadei de raportare, modificările parvenite în decursul anului de raportare
- informația privind mărimea cotelor neachitate de către membrii cooperativei la începutul și sfîrșitul perioadei de raportare
- mărimea cotelor bonus ale membrilor cooperativei calculate în decursul perioadei de raportare
- informația privind cotele ordinare cesionate (părțile acestora), precum și înstrăinarea, gajarea și transformarea acestora

② ***informația privind profiturile Cooperativei:***

- repartizarea profitului net al cooperativei
- mărimea dividendelor anunțate și achitate
- mărimea rabaturilor sau adaosurilor cooperatiste calculate și achitate

③ ***informația privind vînzările Cooperativei:***

- volumul vînzărilor nete ale Cooperativei
- ponderea vînzărilor fiecărui membru în volumul total al vînzărilor cooperativei
- volumul vînzărilor nete ale membrilor cooperativei în total şi către Cooperativă

Cooperativa prezintă situațiile financiare către direcțiile (secțiile) raionale (municipale) pentru statistică în termenele stabilite de legislaţia în vigoare, precum şi după caz donatorilor/ finanţatorilor și altor organe de stat.

Raportul anual specializat

În baza prevederilor Legii privind cooperativele de întreprinzător, fiecare cooperativă trebuie să întocmească ***Raportul anual specializat al cooperativei***.

Raportul anual specializat al cooperativei trebuie să conțină următoarele date:

a) numărul membrilor și membrilor asociați ai cooperativei la începutul și sfîrșitul fiecărui trimestru al perioadei de gestiune
b) numărul membrilor și al membrilor asociați ai cooperativei care au obținut și au pierdut calitatea de membru al cooperativei în fiecare trimestru al perioadei de gestiune
c) volumul producției (serviciilor) livrate (prestate) de cooperativă atît membrilor săi, cît și altor persoane și/sau volumul producției (serviciilor) livrate (prestate) cooperativei de către membrii acesteia și de alte persoane în fiecare trimestru al perioadei de gestiune
d) numărul mediu al salariaților cooperativei în fiecare trimestru al perioadei de gestiune
e) alte date prevăzute de actele normative în vigoare

În conformitate cu ***Regulamentul privind procedura de recunoaștere a grupurilor de producători***, toate grupurile de producători trebuie să prezinte către AIPA ***Raportul anual privind realizarea planului de recunoaștere***.

Perioada de raportare cuprinde activitatea grupului de producători recunoscut exercitată în perioada 01 noiembrie anul precedent — 31 octombrie anul curent.

Termenul de prezentare a raportului anual privind realizarea planului de recunoaștere este de **15 noiembrie** a anului curent. Acest raport include date aferente indicatorilor cantitativi și valorici ai producției membrilor cooperativei după forma următoare:

Tabel. Indicatori cantitativi și valorici ai producției

Nr. crt.	Denumire Membru / produse omogene	VPC* prognozate		VPC la data recunoașterii		VPC total efectiv perioada de raportare		VPC efectiv către GdP în perioada de raportare			
		Q	Suma	Q	Suma	Q	Suma	Q	Suma	%, Q	%, Suma
1	*2*	*3*	*4*	*5*	*6*	*7*	*8*	*9*	*10*	*11(9/7)*	*12(10/8)*
1	**Membrul 1**										
	Mere										
	Pere										
	.....										
	Total Membru										
2	**Membrul 2**										
	Pere										
	...										
	Total Membru										
	.....										
	Total										

** VPC – volumul producției comercializate*

Fiecare dintre datele prezentate vor fi însoțite de documente confirmative, cum ar fi:

- ✓ **Registrele vînzărilor membrilor cooperativei;**
- ✓ **Registrele procurărilor cooperativei;**
- ✓ **Copiile facturilor fiscale – la necesitate;**
- ✓ **Confirmarea personală a fiecărui membru** la care se vor anexa, după caz, Situațiile financiare pentru anul respectiv, raportul statistic Recoltarea roadei culturilor agricole de pe toată suprafața plantată cu ștampila Direcției statistica, datele analitice ale contului 216 „Produse" *(denumirea produselor, cantitatea produsă, cantitatea realizată, cantitatea în stoc)* cu aplicarea ștampilei și/sau semnăturii membrului.

Confirmarea fiecărui membru trebuie să conțină următoarele date:

- ✓ **Cantitatea producției recoltate**, inclusiv cantitatea produselor pasibile procesării, de exemplu — prunele care pot fi supuse procesului de uscare, sau cantitatea strugurilor care poate fi pusă la păstrare în depozitele frigorifice;
- ✓ **Volumul și cantitatea producției comercializate de membru în total;**
- ✓ **Volumul și cantitatea producției comercializate de membru către grup.**

Următoarele documente contabile se întocmesc de cooperativă:

Aferente achizițiilor:

- ***contracte***
- ***achiziții de la entități din RM*** — factura fiscală, se admit facturi simple doar pînă la epuizarea stocului la furnizor *(pentru materiale, obiecte de inventar, servicii, imobilizări necorporale și corporale)*;
- ***pentru lucrări și servicii de construcții*** — suplimentar la factura fiscală se anexează procesele verbale de executare a lucrărilor *(format "win smeta")*;
- ***în cazul cînd contractul cu furnizorul din RM este întocmit în valută străină***, pentru diferența de sumă se întocmește factură fiscală cu semnul "+" sau "—" *(în dependență de variația cursului valutar)*;
- ***achiziții de la persoane fizice*** — acte de achiziții, la care se anexează copia buletinului de identitate și pentru produsele agricole — certificate eliberate de primărie de deținere a terenurilor agricole;
- ***la import*** — invoice–ul de la furnizorul străin, declarația vamală, calculul procedurilor vamale, decizii de regularizare *(în special la importul bunurilor scutite de TVA)*, facturi aferente transportării mărfurilor și alte documente și certificate aferente bunurilor importate.

Aferente mărfurilor transmise la procesare sau păstrare de membri către grup:

- ***la transmiterea bunurilor de către membru la cooperativă*** — factura fiscală cu indicarea în boxa 7 Redirijări — NON-LIVRARE *(se admit facturi simple doar pînă la epuizarea stocului la membru)*. Bunurile rămîn în proprietatea și în bilanțul membrului. La cooperativă — bunurile se includ în contul extrabilanțier;
- ***la returnarea bunurilor*** — cooperativa întocmește factura fiscală cu indicarea în boxa 7 Redirijări — NON-LIVRARE *(se admit facturi simple doar pînă la epuizarea stocului la membru)*. În baza facturii fiscale de returnare, bunurile se decontează din contul extrabilanțier;
- ***la finele fiecărei luni*** cooperativa întocmește facturi fiscale către membrii săi pentru serviciile de păstrare a bunurilor în dependență de numărul de zile;
- ***în cazul procesării producției membrilor***, cooperativa întocmește facturi fiscale către membrii săi pentru serviciile de procesare în dependență de cantitatea producției procesate.

Aferente vînzărilor:

- ***la vînzarea bunurilor cooperativei către alte entități*** — factura fiscală;
- ***la vînzarea mărfurilor în numerar*** — raportul de închidere zilnică *(Raportul Z)* și registrul mașinii de casă și control cu memorie fiscală;
- ***pentru serviciile prestate*** — factura fiscală la data finisării serviciului, dar dacă serviciile durează mai mult de o lună *(de exemplu — păstrarea merelor în depozitul frigorific)*, atunci factura fiscală se eliberează lunar în ultima zi a lunii;
- ***la export*** — invoice–ul din numele cooperativei către beneficiarul străin cu documentele de confirmare a proveniență mărfurilor și declarația vamală.

Aferente mijloacelor bănești:

- ***la încasarea mijloacelor bănești în casieria entității din vînzarea produselor și serviciilor*** — cecuri de la aparatul de casă, raportul zilnic, registrul casierului operaționist;
- ***la extragerea numerarului din contul curent bancar*** — delegație de retragere a numerarului și ordin de încasare de casă;
- ***la plata numerarului*** — dispoziție de plată, lista de plată;
- ***în cazul achitărilor în numerar cu alți agenți economici*** — decont de avans, la care se anexează bonurile de plată, cecurile, chitanţele drept dovadă de achitare.

Aferente remunerării muncii și statelor de personal:

- Statele de personal ale cooperativei;
- Ordin de aprobare a statelor de personal;
- Regulamentul intern al unității;
- Cerere de angajare și ordinul de angajare;
- Contractul individual de muncă;
- Contract de raspundere materială *(în special cu depozitarii)*;
- Ordin cu privire la aprobarea graficului de muncă;
- Registrul de înregistrare a contractelor individuale de muncă;
- Registrul de evidență a formularelor carnetelor de muncă;
- Registrul de evidență a ordinelor;
- Cerere de scutire de impozitul pe venit din plățile salariale;
- Ordin cu privire la aprobarea concediilor de odihnă anuale;
- Cererea de acordare a concediului *(de odihnă, neplătit)*;
- Ordin cu privire la acordarea concediului *(de odihnă, neplătit, de studii)*;
- Ordin privind numirea persoanei responsabile pentru perfectarea carnetelor de muncă;
- Ordinul de numire în funcție a contabilului-șef, în caz de absență în state a acestei funcții, ordinul privind atribuirea funcțiilor de ținere a contabilității conducătorului cooperativei sau contract de prestare a serviciilor de ținere a evidenței contabile;
- Fișa personală a salariatului;
- Fișa/tabelul de pontaj, tabelul de evidență a timpului de muncă;
- Ordine cu privire la delegarea în deplasare;
- Ordine de premiere, de acordare a ajutoarelor materiale;
- Ordine de încetare a contractului de muncă;
- Registrul salarial/Cartea salarială;
- Lista/borderoul de calcul și plată a salariilor etc.

Aferente imobilizărilor corporale:

- ***Pentru bunurile imobile*** — Procesul verbal de recepție finală, înregistrat la Agenția Servicii Publice;

- ***Certificatul de evaluare a imobilizărilor corporale*** în scopul impozitării eliberat de Agenția Servicii Publice;
- ***Formularele tipizate pentru evidența mijloacelor fixe***, în care sunt înregistrate mijloacele fixe achiziționate, aprobate prin Hotărîrea Departamentului de Statistică al Republicii Moldova nr. 8 din 12.04.95):
  - ✓ **MF-1: Proces-verbal de punere în funcțiune a mijloacelor fixe;**
  - ✓ **MF-2: Proces-verbal de recepție și predare a obiectelor reparate, reconstruite, modernizate;**
  - ✓ **MF-3: Proces-verbal de casare a mijloacelor fixe;**
  - ✓ **MF-4: Proces-verbal de casare a mijloacelor de transport auto;**
  - ✓ **MF-6: Fișa de evidență a mijloacelor fixe;**
  - ✓ **MF-7: Lista fișelor mijloacelor fixe;**
  - ✓ **MF-8: Fișa de evidență a mișcării mijloacelor fixe.**
- **Formularele tipizate aferente inventarierii imobilizărilor:**
  - ✓ **INV-1: Lista de inventariere a imobilizărilor;**
  - ✓ **INV-5: Lista de inventariere a activelor în curs de execuție;**
  - ✓ **INV-11: Registrul de verificare a rezultatelor inventarierii.**

Aferente consumului (casarea/decontarea) de bunuri:

- ***la casarea materialelor*** — bon de consum, acte de instalare a pieselor de schimb, procese verbale de constatare a pierderilor;
- ***la casarea produselor petroliere*** — foi de parcurs pentru automobile, foi de parcurs pentru tractor/combină, acte de lucrare a mecanismelor;
- ***la casarea mărfurilor*** — lista de inventariere, acte/procese verbale de constatare a pierderilor în limita perisabilităților naturale și supra limită;
- ***la decontarea imobilizărilor necorporale*** — procese verbale de decontare a imobilizărilor necorporale;
- ***la decontarea imobilizărilor corporale*** — procese verbale de decontare a imobilizărilor corporale/mijloace fixe semnate de comisia stabilită prin ordinul președintelui cooperativei;
- ***Alte documente elaborate de sine stătător*** și descrise în politicile contabile ale cooperativei.

VIII. MONITORIZAREA RESPECTĂRII PLANULUI DE RECUNOAȘTERE

8.1. Controlul menținerii condițiilor de recunoaștere a grupurilor de producători

Grupul de producători este obligat să mențină pe toată perioada de recunoaștere volumul minim de vînzări către grup, care vor fi calculate în expresie cantitativă și valorică[21]

Instituțiile implicate în procesul de monitorizare a GdP sunt:

1. **Ministerul Agriculturii, Dezvoltării Regionale și Mediului (MADRM) (prin intermediul Comisiei de recunoaștere a GdP)**
2. **Agenția de Intervenție și Plăți pentru Agricultură (AIPA).**

MADRM este autoritatea competentă pentru recunoaşterea şi monitorizarea activităţilor grupurilor de producători si este responsabil de:

1. ***asigurarea implementării, monitorizarea și evaluarea politicilor în domeniul susținerii producătorilor agricoli;***
2. ***luarea deciziilor de acordare, precum și de retragere a recunoașterii grupurilor de producători.***

AIPA efectuează verificări în teren privind respectarea de către grupul de producători a planului de recunoastere, precum și monitorizeaza respectarea de catre GdP a condițiilor contractuale de acordare a ajutorului financiar nerambursabil *(subvenții)*.

În caz de depistare a unor nereguli, **AIPA** poate propune **MADRM** retragerea avizului de recunoaștere și, dupa caz, aplicarea sanctiunilor pentru nerespectarea prevederilor planului de recunoaștere, care se vor calcula din valoarea sprijinului financiar încasat de catre GdP.

Prin intermediul **MADRM** și **AIPA** este monitorizat numărul de GdP recunoscute create și dinamica numărului de membri, suprafețe și cantități.

În prezent, GdP raportează implemetarea planului de recunoaștere:

- ***pînă la data de 15 noiembrie a anului curent, pentru perioada 1 noiembrie anul precedent – 30 octombrie anul curent.***

Totodată, GdP sunt obligate să notifice AIPA privind modificările în structura membrilor și modificările și completările la planul de recunoaștere.

[21] Conform Ordinului Ministerului Agriculturii și Industriei Alimentare din Republica Moldova nr.81 din 12.05.2017 cu privire la aprobarea procedurii de recunoaștere a grupurilor de producători

XI. MARKETINGUL ȘI STUDIUL DE PIAȚĂ

Importanța analizei mediului de marketing rezidă în faptul că acesta stă la baza planificării strategice a grupurilor de producători. Prin analizele și previziunile mediului de marketing, grupul de producători analizează, evaluează, efectuează previziuni cu scopul de a face față provocărilor ce le pot afecta piețele lor de desfacere, precum și propria poziție pe aceste piețe.

9.1. Canale de distribuție



Canale de distribuție pe piețele de export

În prezent producătorii de fructe *(mere, prune, piersici)* din Republica Moldova dețin atît plantații tradiționale, cu o densitate mică a pomilor, cît și livezi moderne *(intensive și super-intensive)*. De obicei, producția acestora ajunge pe piețele de export *(UE și CSI, în special, Rusia)* prin intermediul comercianților (traderi) sau exportatorilor locali. Producția este achiziționată în perioada recoltării *(deseori de pe cîmp)* sau imediat după, fără ca să treacă prin lanțul valoric (păstrare, sortare, ambalare) și este vîndută angrosiștilor direct din camioane. Angrosiștii, la rîndul lor, distribuie fructele comercianților cu amănuntul, pentru ca consumatorii finali, în cele din urmă să cumpere fructele de pe piețele în aer liber. Acest canal de distribuție la export se mai numește *"truck market" („piața camioanelor")* și este principalul canal de distribuție pe piața de export, în special, din Rusia.

Producătorii de fructe care s-au asociat și au investit în infrastructura post-recoltare *(depozite dotate cu instalații frigorifice, linii de sortate, calibrare, ambalare)* lucrează direct cu comercianții, importatorii sau distribuitori mari de pe piețele țintă *(UE, CSI, în special, Rusia)*.

În general, piața UE se bazează pe principiul liberei circulații a mărfurilor, care permite ca mărfurile să fie transportate și vîndute oriunde în cele 28 state membre. Într-o anumită măsură, legile naționale complexe și variate ale statelor membre ale UE au fost înlocuite cu un set unic de norme europene, care au permis diminuarea costurilor și inconvenienților pentru întreprinderile care doresc să dezvolte comerțul cu țările UE.

În particular, informațiile cu privire la tranzacțiile comerciale ale UE cu țările din afara UE pot fi obținute de GdP la accesarea paginii web a Comisiei Europene:

https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro_ro

Dar, înainte ca produsele GdP să ajungă pe piața UE, acestea trebuie să satisfacă un șir de cerințe ale pieții UE cu privire la protecția sănătății umane și animale, protecția mediului înconjurător și protecția drepturilor consumatorilor. Numai după conformarea cu aceste cerințe, GdP poate exporta fără restricţii. Cerințele de bază, care sunt impuse produselor importate în UE, includ următoarele:

- ***Cerințe sanitare și fitosanitare***
- ***Cerințe de protejare a mediului ambiant***
- ***Reglementări tehnice***
- ***Standardele de piață***
- ***Restricții de import***
- ***Informații tarifare obligatorii***

Daca produsul GdP se încadrează în cerințele de piață ale UE, nu ai decît să începi exportul fizic al produsului pe piața UE. În primul rînd, te informezi personal cu privire la procedurile de export, iar apoi inițiezi exportul de sine stătător sau prin broker vamal împuternicit.

Exemplu:

În România *(principalul partener comercial din UE)*, **merele moldovenești de toate dimensiunile și dimensiuni mixte pot fi vîndute la un preț, dar, în general, pentru o ladă sunt preferabile fructele cu diametrul de 70 — 75 mm, cu variații mici.** Fructele mici, de 60 — 70mm pot fi vîndute ușor la un preț mai mic, ceea ce adesea este important pentru HoReCa și programele de lucru cu școlile. Adaosul este mai mare la preț pentru fructele mai mari, de 80 — 90 mm. Anterior, cererea de fructe cu dimestiuni mari era mai înaltă, dar această tendință descrește. Pe piață sunt prezente diferite soiuri, dar două din ele predomină evident pe piață — „Idared" și „Golden".

Piața românească preferă ca diametrul boabelor strugurilor să fie de cel puțin 20 mm, iar greutatea ciorchinilor — 600 — 800 g. Dacă diametrul boabelor este mai mic de 20 mm, ce caracterizează uneori strugurii din Republica Moldova, atunci trebuie de țintit segmentul ieftin de piață.

Piețele românești sub cerul liber preferă prunele uscate atît fără sîmburi, cît și cu ei, cu conținutul de umiditate 30 — 35%. Ambalajul standard este o cutie din carton de 10 kg, care conține produsul ambalat într-un pachet din polietilenă. În comerțul cu amănuntul, poate fi găsit produsul cu și fără sîmburi, oferit în ambalaje variate, comode pentru consumator — de 0.5, 1 și 2 kg.

Canale de distribuție pe piața locală

Structura pieței de fructe din Republica Moldova include următoarele canale de distribuție: ***piețe în aer liber, piețe angro, vînzări tradiționale cu amănuntul, supermarketuri moderne cu amănuntul, chioșcuri mici, HoReCa (hoteluri, restaurante, cafenele) și vînzări directe de la producători***.

O mare parte a distribuției fructelor proaspete în Republica Moldova încă se realizează prin intermediul piețelor tradiționale, cum ar fi piețele în aer liber *(cu amănuntul și angro)*. Sectorul supermarketurilor este mic, dar cîștigă constant cotă pe piață, în special, în zonele urbane.

În Republica Moldova există piețe angro permanente aplasate în special în Chișinău şi Bălți. Piețele angro în aer liber sunt afaceri private, care oferă comercianților cu camioane sau mini-busuri spațiu pentru comercializarea producției.

În Chișinău, întîlnim piețe permanente de produse alimentare cu amănuntul în aer liber, amplasate în diferite sectoare ale orașului, cea mai mare fiind Piața Centrală în zona de centru a orașului. Aceste piețe în aer liber sunt situate acolo unde majoritatea oamenilor cumpără produsele lor.



În raioane, piețele regionale în aer liber sunt în deplină funcționare. În fiecare centru raional există cel puțin o piață funcțională cu amănuntul *(în aer liber)*. În total, există peste 100 de piețe cu amănuntul în aer liber răspîndite în întreaga țară.

Piețele din zonele rurale lucrează, în general, o zi pe săptămînă, vînzările de produse sunt limitate, deoarece majoritatea oamenilor au pomi fructiferi proprii în jurul caselor.

Deși nu ocupă un segment mic, dar în creștere pe piața produselor proaspete, supermarketurile moderne se confruntă cu o concurență puternică între ele. **Unele din cele mai importante rețele de supermarketuri din Moldova sunt: Nr1, Green Hills, Fidesco, Fourchette, Metro Cash & Carry, IMC Market, Unimarket Discounter și Linella.**



În timp ce 10-20% din populaţie procură cel puţin o parte din fructe şi legume din supermarketuri, produsele proaspete reprezintă doar 2-5% din spațiul destinat vînzărilor. Cu cît e mai mare orașul, cu atît este mai mare cota supermarketelor și volumele de vînzări. În general, prețurile în supermarketuri sunt constant mai înalte decît pe piețele tradiționale. În mediu, supermarketurile lucrează cu o marjă brută de 6-17%, iar marja brută pentru produsele proaspete variază între 20-30%.

În timpul sezonului de vîrf, produsele locale sunt de aceeași calitate ca și produsele de pe piețele din aer liber. Totuși, piețele din aer liber aduc produse proaspete în fiecare zi și de obicei, nu permit clienților de a le sorta și a le alege. Concurența în lanțurile de supermarketuri locale este destul de diferită decît pe piețele tradiționale în are liber. Acest lucru necesită volume consistente pentru a satisface ferestrele de livrare, etichetare corespunzătoare, ambalare, inspecții sanitare și necesită facturi. Acesta este canalul în care calitatea devine mai importantă pentru a concura în mod eficient.

În general, fiecare lanț de supermarketuri are un acord cu o companie de distribuție, care organizează şi racordează lista de fructe şi legume.

În Republica Moldova sunt aproximativ 3,000 entități HoReCa. În mod normal, procurarea produselor pentru hoteluri, restaurante, cafenele şi alte entități de deservire alimentară HoReCa se efectuează de către personalul responsabil de a merge la piață, de a selecta cele mai bune fructe şi legume şi de a le procura pentru această afacere. De obicei, personalul responsabil de procurări au comercianți concreți pe piață de la care se aprovizionează.

În cadrul sectorului HoReCa sunt incluse de asemenea așa instituții de stat ca școlile, grădinițele, spitalele și cantinele de stat, ce-și desfășoară activitățile cu oferte formale pentru necesitățile sale de produse proaspete.

În ***figura 1*** sunt prezentate canalele de distribuție a produselor horticole moldovenești pe piețele de export și pe piața locală.

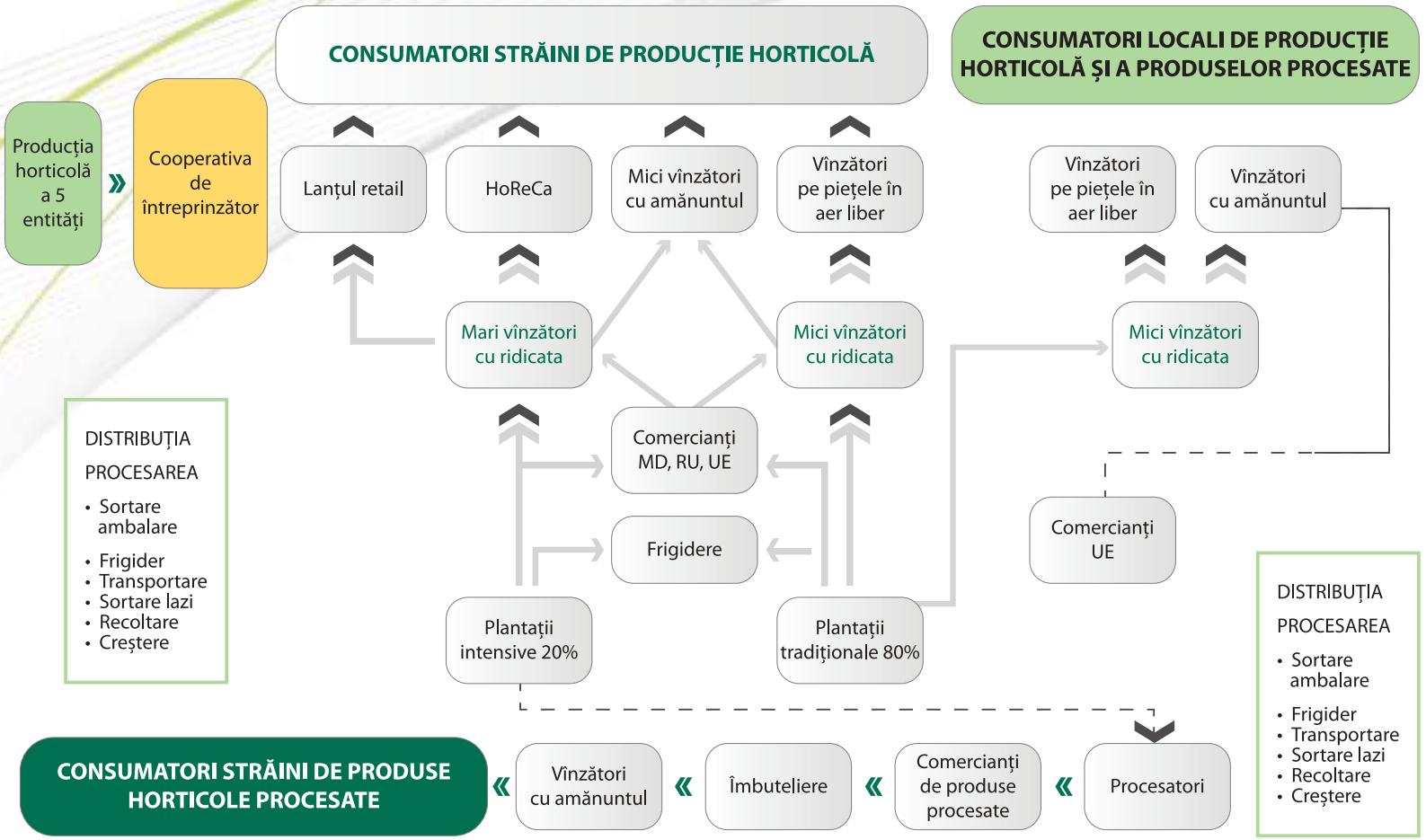


Figura 1. *Canalele de distribuție a producției horticole a grupurilor de producători*

Factorii de succes

Factorii care ar putea influența profitabilitatea afacerii, sau de care depinde succesul GdP, sunt menținerea pieților actuale și accesarea noilor piețe de desfacere pentru produsele horticole ale GdP. Acest scop poate fi atins prin sporirea competitivității produselor și serviciilor horticole ale GdP. Factorii critici de competitivitate care vor fi abordați de către GdP și de care depinde succesul sunt:

- **Aspectul exterior** *(dimensiune, coloristică, defecte vizibile, etc.)*;
- **Sortimentul**;
- **Ambalajul atrăgător, care să protejeze produsul;**
- **Raportul „preț/cost";**
- **Caracteristicile organoleptice și durata de viață pe raft;**
- **Trasabilitatea originii produselor;**
- **Omogenitatea volumelor loturilor de marfă;**
- **Respectarea termenilor de livrare;**
- **Siguranța alimentară** *(inofensivitatea produselor alimentare)*;
- **Certificarea voluntară *(ex. ISO22000, GlobalGAP, etc.)***.

9.2. Planul de marketing

Planul de marketing poate fi folosit de grupul de producători la[22]:

- pregătirea unei argumentări pentru a lansa un produs nou;
- revizuirea abordării de marketing pentru produsele existente;
- elaborarea unui plan de marketing al grupului de producători pentru a fi inclus în planul de afaceri.

Etapele elaborării planului de marketing sunt[23] schematic expuse mai jos în ***figura 2***.

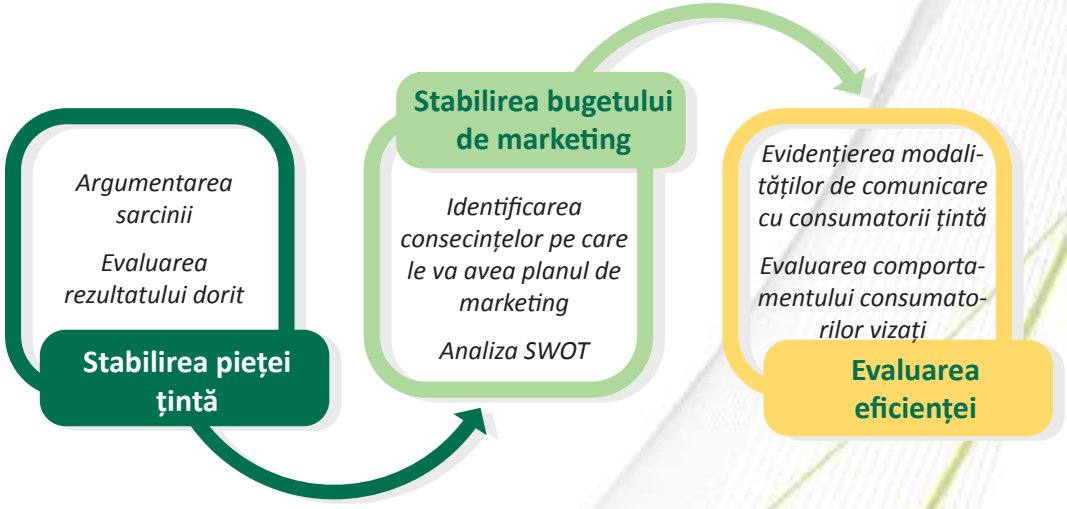


Figura 2. *Etapele elaborării planului de marketing pentru grupul de producători*

22 www.rubinian.com/marketing
23 KNIGHT, P. The Highly Effective Marketing Plan/Pearson Education Limited, 2004

Planul de marketing[24] este elaborat de către un angajat al GdP (de obicei directorul comercial), utilizînd datele statistice, în baza obiectivelor specifice ale entității și misiunea ei, și cuprinde informații privind: zona de activitate, descrierea pieței, concurența, analiza SWOT, obiectivele de marketing, strategiile de marketing, programul de marketing, bugetul de marketing, implementarea planului de marketing, controlul și adaptarea acestuia, precum și anexele.

I. Prezentarea succintă a GdP printr-o descriere a obiectivelor activității GdP și a produselor oferite.

II. Ideea de bază *(deseori numită „declarația de intenție")* și **obiectivele** GdP.

Exemplu:

Declarația de intenție este formulată în termeni relativ abstracți, cum ar fi: *comercializarea produselor horticole*;

Obiectivele sunt formulate în termeni concreți, cum ar fi: „*comercializarea produselor horticole și creșterea veniturilor din vînzări cu 15% în 12 luni*".

III. Prezentarea echipei de conducere[25]

Numele membrilor echipei, CV–urile acestora pot fi anexate în secțiunea „Anexe".

IV. Zona de activitate și descrierea pieței

1. descrierea zonei de activitate din prezent sau viitor:

Nu uitați că nici o regiune nu este perfectă. Încercați să transformați dezavantajele în avantaje. Care este planul pentru o posibilă extindere?

2. *identificarea și descrierea scurtă a sectorului/industriei în care se înscrie afacerea grupului de producători*;

3. *tendințele la nivel național și internațional în acest sector*;

4. *caracteristicile specifice ale pieței*;

5. *cele mai importante calități ale produsului*;

6. *preferințele consumatorului*;

7. *prețurile practicate (tendințe și posibilități de manevrare)*.

V. Piața-țintă

Piața-țintă reprezintă un segment de piață selectat, asupra căruia grupul de producători își va concentra eforturile și acțiunile de marketing. Entitatea va elabora un program special de marketing pentru fiecare segment-țintă.

VI. Analiza SWOT — provine din engleză, reprezentînd abrevierea următorilor termeni: „Strengths" — punctele tari (forte); „Weaknesses" — puncte slabe; „Opportunities" — oportunități; „Threats" — amenințări (riscuri).

[24] WESTWOOD, J. Planul de marketing pas cu pas. București: Rentrop & Straton, 2009
[25] Ibidem

Exemplu:

Analiza SWOT[26] a furnizorilor de inputuri și a piețelor de desfacere a producției GdP/CÎ[27] _____ _____

PUNCTE FORTE	PUNCTE SLABE
1. Procesul general de achiziționare a _____ _____ include toate etapele: de la identificarea necesităților, selectarea surselor pînă la __ _____	*1. Capacitățile de depozitare trebuie adaptate celor mai diverse produse: de la produsele agricole tradiționale pînă la cele speciale, cum sunt de exemplu îngrășămintele minerale, _____ _____*
2. Existența tuturor etapelor de administrare a contractului, inclusiv pînă la _____ _____	*2. Insuficiența resurselor financiare disponibile care ar determina diversificarea produselor livrate pe piețele locale din raioane _____ _____, mun.Chișinău*
3. Selectarea eficientă a ofertei de inputuri, care prezintă o îmbinare optimală a costurilor și beneficiilor pe durata contractului și satisface necesitatea beneficiarului final din zonele adiacente	*3. Vulnerabilitatea vădită la presiunile concurenței*
4. Oferirea informațiilor adecvate și în timp util despre regulile și cerințele furnizorilor oficiali _____	*4. Lipsa unui sistem bine organizat de planificare strategică*
5. Viteză bună de luare a deciziilor la modificările produse în mediul intern sau extern care vor determina prețul de livrare a produselor _____	*5. Lipsa unei direcții strategice clare pentru impactul economic și comercial al _____*

OPORTUNITĂȚI	AMENINȚĂRI
1. Oportunități egale de participare în toate acțiunile de procurare și restricționarea acestora doar atunci cînd este absolut necesar pentru atingerea obiectivelor de dezvoltare	*1. Majorarea prețurilor la achiziționarea mașinilor, utilajelor agricole, semințelor, îngrășămintelor, _____*
2. Lărgirea accesului pe piețele de desfacere_____, în special pe cele din exterior (_____)	*2. Lipsa unor facilități clare și avantajoase privind acordarea creditelor cu dobîndă redusă, garanțiilor și a perioadelor de grație din partea băncilor comerciale*
3. Îmbunătățirea competențelor informaționale în domeniul marketingului	*3. Inițiativele private ale GdP sunt afectate de legislația națională*
4. Prestarea informațiilor GdP privind procedurile de certificare a calității produselor	*4. Anii secetoși și umezi vor avea efecte negative _____ asupra volumului și calității produselor comercializate, în special a_____*
5. Existența cererii de produse și/sau servicii noi pe piețele existente sau pe piețe noi	
6. Posibilități de extindere a nomenclatorului de produse și/sau servicii (exemple:_____)	
7. Posibilități reale de integrare pe verticală a GdP	

[26] Se oferă un exemplu ordinar care necesită adaptare la situațiile concrete, spațiile libere se vor completa
[27] Se specifică denumirea cooperativei de întreprinzător

VII. Strategiile de marketing

În această secțiune se vor descrie:

- ***Planul de acțiuni*** (activități principale, entitățile implicate, sursele de finanțare, etapele).
- ***Strategiile de marketing*** (căile de urmat pentru atingerea obiectivelor de marketing a GdP). În cadrul planului de marketing pot fi incluse strategii de piață și strategii corespunzătoare fiecărui element al mixului de marketing (produs, preț, distribuție și promovare).

VIII. Bugetul planului de marketing (corelat cu activitățile din planul de acțiuni a GdP)

Se va face o descriere a acțiunilor propuse și costurile aferente estimate, de exemplu, organizarea evenimentelor interne sau externe, comunicarea cu presa, organizarea campaniilor de informare, elaborarea și distribuirea materialelor promoționale, organizarea sondajelor de evaluare a satisfacției clienților, etc.

Exemplu:

Se va utiliza la dorință modelul prezentat în continuare:

Nr. Crt.	Acțiune	Subacțiune	Anul				
			Luna 01	Luna 02	....	....	...
1	Cercetare de piață						
2	Comunicare	Redactarea comunicatelor de presă					
		Redactarea materialelor publicitare					
		Pagina web, creare și întreținere					
3	Organizare evenimente						
4	.....	.....					
Total							

IX. Rezultate care urmează a fi obținute prin implementarea planului de marketing

Se vor descrie succint principalele rezultate ale fiecărei acțiuni/subacțiuni.

Exemplu:

Nr. crt.	Acțiune	Subacțiune	Rezultate
1	...	...	...
2	...	...	...

Concurența și mediul concurențial

Cînd grupul de producători analizează mediul concurențial al afacerii, trebuie să identifice punctele slabe ale concurenților și modul în care pot fi exploatate acestea.

***Exemplu*:**

Un concurent de succes oferă reduceri de prețuri pentru un anumit interval de timp. Ce puteți afla în acest fel despre comportamentul consumatorilor care formează piața[28] ?

Dacă aflați că piața este saturată de produse competitive, puteți evita greșeala costisitoare de a lansa un produs care nu este solicitat. Puteți să vă reorientați către ceva mai profitabil.

Un exemplu de analiză comparativă a concurenților GdP este prezentat în tabelul de mai jos.

Tabel. Exemplu de analiză comparativă a concurenților grupului de producători

Factorii de succes	Grupul de producători	Concurent A	Concurent B	Concurent C
Asortimentul				
Calitatea				
Promovarea				
Amplasarea				
Deservirea clienților				
Altele				
Total puncte				

Evaluați fiecare factor (5-excelent, 4-bun, 3-mediu, 2-rău). Sumați punctele. Cu cît este mai mare punctajul, cu atît poziția concurențială este mai bună. Cu cît este mai mare diferența dintre punctajul obținut de grupul Dvs și cel al concurenților, cu atît avantajul concurențial al GdP este mai înalt.

Concurența la fel ca clienții, sunt într-o continuă mișcare. Nu subestimați niciodată concurenții!

Tipuri de marketing și promovare a vînzărilor

Deosebim două tipuri de marketing - tradițional și online, pe care și grupurile de producători le-ar putea utiliza pentru a atinge rezultate mai bune în activitate.

1. Marketingul tradițional se promovează prin reclame la radio, TV, broșuri, cataloage, etc. Este o comunicare în masă, ajunge în același timp la mai multe persoane, iar comunicarea se face într-o direcție – de la vînzător la consumator. Efectul său nu poate fi obținut rapid, ci este unul cumulat, iar rezultatele pot fi realizate în timp.

Avantajele acestei metode sunt:

- *Ajunge ușor la piața țintă locală.*
- *Este ușor perceput și înțeles.*

[28] C. Florescu., P. Mâlcomete., N. Al. Pop. op. cit., p. 529

Dezavantajele sunt:

- Interacțiunea limitată cu consumatorii.
- Este costisitoare.
- Rezultatele nu pot fi ușor măsurate.

2. Marketingul online implică reţelele de socializare, paginile web, blog-urile, bannere cu publicitate, e-mail, etc. Mesajul este destinat direct consumatorului, iar scopul este de a satisface o anumită nevoie a consumatorului. Comunicarea în cazul dat este în ambele direcții – de la vînzător la consumator și invers. Efectul acestei metode de marketing este imediat **și** poate fi ușor cuantificat.

Marketingul online are următoarele avantaje:

- *Poate fi adresat atît pieței interne, cît și celei externe.*
- *Consumatorul poate alege modalitatea prin care să primească conținutul care este promovat.*
- *Costurile sunt mai mici.*
- *Datele sunt ușor de înregistrat și rezultatele ușor de măsurat.*
- *Contribuie la dezvoltarea brandului.*
- *Se obțin rezultate în timp real.*

Mulți producători apelează la specialiști/companii pentru un marketing și o promovare eficiente ale produsului. Totodată, trebuie de menționat că unele grupuri de producători fac acest lucru pe cont propriu.

9.3. Reglementările tehnice pentru grupurile de producători

Reglementările tehnice (standardele) asigură calitatea și siguranța produselor, compatibilitatea între produse și/sau componente, contribuie la reducerea costurilor și în final, la creșterea eficienței economice a activității desfășurate de GdP.

Nu există reglementări tehnice (standarde comune sau specifice) speciale pentru GdP, care ar putea fi recomandate GdP ca ”bune practici” pentru respectarea cerințelor de calitate și comercializare.

Cerințele specifice de calitate și comercializare pentru mere, struguri de masă, tomate ce pot fi utilizate de GdP sunt prevăzute de reglementarea tehnică *„Cerințe de calitate și comercializare pentru fructe și legume proaspete”*[29] aprobată de Guvernul Republicii Moldova. Această reglementare creează cadrul necesar aplicării reglementărilor Comisiei Europene pentru sectorul fructelor și legumelor privind standardele de comercializare[30]. Documentul stabilește cerințele minime de calitate și comercializare pentru fructele și legumele proaspăte destinate livrării către consumatori.

În tabelul următor sunt prezentate sursele de informare (linkurile) despre cerințele specifice de calitate și comercializare pentru alte categorii de produse agroalimentare, care pot deveni obiectul activității de producere și comercializare al GdP.

[29] Aprobată prin Hotărîrea Guvernului nr. 929 din 31 decembrie 2009
[30] Publicat în Jurnalul Oficial al Uniunii Europene (JO L 336 din 13/12/2008)

Tabel. Cerințe specifice de calitate și comercializare pentru produsele agroalimentare

N.o	Denumirea produsului	Actul normativ prin care a fost aprobat	Linkul[31]
	Semințe	Legea nr. 68 din 05.04.2013	http://lex.justice.md/md/348373/
	Grîu, orz, ovăz, secară, porumb și sorgul de uz alimentar	Hotărîrea Guvernului nr.202 din 11.03.2009 Hotărîrea Guvernului nr.513 din 02.07.2014	http://lex.justice.md/index.php?action=view&view=doc&lang=1&id=331065 http://lex.justice.md/md/353643/
	Fructe și legume proaspete[32]	Hotărîrea Guvernului nr.929 din 31.12.2009 Hotărîrea Guvernului nr.513 din 02.07.2014	http://lex.justice.md/md/333440/ http://lex.justice.md/md/353643/
	Material de înmulțire și săditor pomicol, bacifer și de căpșun	Ordinul MAIA nr.69 din 14.04.2010 Ordinul MAIA nr.81 din 18.05.2007	http://date.gov.md/ro/system/files/resources/2016-03/Registrul_actelor_Ministerului.xlsx
	Lapte și produse lactate	Hotărîrea Guvernului nr.611 din 05.07.2010	http://lex.justice.md/md/335244/
	Carne-materie primă/ Produse din carne	Hotărîrea Guvernului nr.696 din 04.08.2010 Hotărîrea Guvernului nr.720 din 28.06.2007	http://lex.justice.md/index.php?action=view&view=doc&lang=1&id=335616 http://lex.justice.md/index.php?action=view&view=doc&lang=1&id=324553
	Miere naturală	Hotărîrea Guvernului nr.661 din 13.06.2007	http://lex.justice.md/index.php?action=view&view=doc&lang=1&id=324103

[31] Sursa de informare

[32] Pere, piersici şi nectarine, salată, cicoare creaţă şi cicoare de grădină cu frunze întregi, ardei graşi, căpşune

X. PRACTICA ASOCIERII PRODUCĂTORILOR AGRICOLI DIN EUROPA. ISTORII DE SUCCES AUTOHTONE

10.1. PRACTICA ASOCIERII PRODUCĂTORILOR AGRICOLI DIN EUROPA

Asocierea producătorilor agricoli datează din secolul al XIX-lea, manifestîndu-se prin crearea cooperativelor ca formă de organizare. Fiind niște entități independente mici, acestea au contribuit direct la eliminarea deficiențelor agricultorilor în acea perioadă.

Potrivit ONU, a doua jumătate a anilor 1990, aproape jumătate din populația lumii era aprovizionată cu produse și servicii ale organizațiilor cooperatiste. 330 mii de cooperative agricole funcționau în 47 de țări ale lumii, cu un număr total de membri de 180 milioane de persoane. În prezent, aproape 800 milioane de persoane sunt membre ale cooperativelor, ceea ce este de 4 ori mai mult decît 50 de ani în urmă. Cooperativele oferă aproximativ 100 de milioane de locuri de muncă.

În Uniunea Europeană, peste 50% din produsele agricole sunt cultivate, procesate și vîndute prin sisteme de marketing cooperatist. **În țările UE, cooperativele agricole cuprinde o parte semnificativă a agriculturii - de la o acoperire de aproape de 100% cum ar fi în Olanda, Danemarca, Irlanda, la 80% în Franța și Germania, iar în alte țări aceste cifre sunt mai mici.**

Cooperativele europene mențin o poziție puternică pe piață în lanțul valoric alimentar. Vînzările cooperativelor au constituit aproximativ 347 miliarde euro în 2015, în timp ce numărul lor a depășit 22 mii de cooperative.

Astăzi există cooperative în toate statele membre ale UE, precum și în alte țări europene. Cooperativele sunt atît asociații ale persoanelor fizice, cît și a celor juridice, care permit fermierilor să-și concentreze puterea în scopul furnizării de materii prime și materiale, precum și la colectarea, prelucrarea și comercializarea produselor membrilor.

În tabelul de mai jos se prezintă detalii privind numărul de cooperative din UE, numărul de membri și veniturile din vînzări.

Tabel. Prezentare generală a cooperativelor agricole din UE conform ultimelor date statistice disponibile

Stat membru al UE	Numărul total de cooperative	Numărul total de membri	Venituri din vînzări, milioane €
Belgia	301	:	**3,257**
Bulgaria	900	:	-
Republica Cehă	548	524	**1,327**
Danemarca	28	45,710	**25,009**
Germania	2,400	1,440,600	**67,502**
Estonia	21	2,036	**512**
Irlanda	75	201,684	**14,149**
Grecia	550	:	**711**

Stat membru al UE	Numărul total de cooperative	Numărul total de membri	Venituri din vînzări, milioane €
Spania	3,844	1,179,323	**25,696**
Franța	2,400	858,000	**84,350**
Croația	613	24,917	**167**
Italia	5,834	:	**34,362**
Cipru	14	12,900	**62**
Letonia	49	:	**1,111**
Lituania	402	31,544	**714**
Luxemburg	55	:	-
Ungaria	1,116	31,544	**1,058**
Malta	18	1,815	**204**
Norvegia	215	140,000	**32,000**
Austria	217	306,300	**8,457**
Polonia	420	:	-
Portugalia	735	:	**2,437**
România	68	:	**204**
Slovenia	368	16,539	**705**
Slovacia	597	:	**1,151**
Finlanda	35	170,776	**13,225**
Suedia	30	160,350	**7,438**
Marea Britanie	200	138,021	**6,207**
TOTAL	**22,053**	**6,172,746**	**347,342**

Sursa: în baza datelor Eurostat, 2015

Top 5 al țărilor UE după numărul de cooperative sunt Italia, Spania, Franța, Germania și Ungaria

Italia este lider la numărul de cooperative agricole din UE. Aici aproximativ jumătate din supermarketuri sunt deținute de cooperative.

Ponderea țării după numărul total de cooperative la nivel de UE este de circa 27%, cu un număr de cooperative de 5,834 a căror cifră de afaceri depășește 34 miliarde de euro.

Majoritatea cooperativelor din țară sunt implicate în furnizarea produselor agricole și de origine animală. Cu toate acestea, dacă în trecut, cooperativele erau aproape întotdeauna concentrate pe produse alimentare, acum acestea sunt implicate în activități conexe agriculturii, cum ar fi turismul rural, furnizarea de servicii de divertisment, care întăresc valorile istorice și culturale.

Numărul minim de membri ai unei cooperative în Italia este de 3, fiecare dintre aceștea avînd un număr de cote a căror valoare nominală nu poate fi mai mică de 25 euro sau mai mare de 500 euro.



În **Spania**[33] circa 15% din populație este încadrată în organizații cooperatiste, cele mai multe fiind nființate în baza legislației regionale, nu celei naționale. Numărul cooperativelor spaniole este peste medie în comparație cu țările europene. Totodată, acestea sunt destul de mici, doar 39% din ele avînd peste o mie de membri, ceea ce îi împiedică să obțină profituri mai mari[34].

Organizațiile de producători (OP) din Spania sunt mai dezvoltate în anumite sectoare, în conformitate cu legislația europeană și națională și în special, sub forma juridică a cooperativelor. Acestea sprijină fermierii la îmbunătățirea poziției pe piață și oferă numeroase servicii agricultorilor, cum ar fi retehnologizare și inovare, servicii pentru reducerea costurilor, servicii logistice etc. Sectoarele unde sunt prezente OP sunt: *fructe și legume*, *lapte de vacă și de oaie, ovine și caprine.*



În **Franța** există circa 2,400 de cooperative, care includ circa 75% din fermele franceze. Astfel 3.5% din populația economic activă face parte din asociații agricole. Pe lîngă producere, cooperativele franceze oferă și asistență informațională și consultanță membrilor săi. Datorită experienței îndelungate, acestea vin cu sfaturi valoroase în ceea ce ține de agronomie, economie și planificare strategică. De menționat că ele contribuie activ și la dezvoltarea agriculturii durabile.

Numărul minim de membri este de 7 pentru cooperativele de gradul I, iar cooperativele de gradul II trebuie să fie compuse din cel puțin două cooperative. Nu există un capital social minim stabilit (variabil), dar există o cotă de membru (minim 1.50 euro/membru).



În **Germania**, în agricultură și în industria alimentară funcționează 2,400 de cooperative, reprezentînd 11% din totalul de cooperative din UE. Domeniul de activitate al cooperativelor din țară este, pe de o parte, aprovizionarea (îngrășăminte, semințe, furaje, utilaje agricole etc.), iar pe de altă parte, promovarea diverselor produse agricole (cereale, semințe oleaginoase, lapte, carne, fructe etc.). Cota de piață deținută de cooperativele agricole este de aproximativ 50%.

Numărul minim de participanți la o cooperativă din țară conform legislației actuale este de 3 membri. Nu există cerințe minime de capital decît dacă sunt specificate în statut. Cooperativele din **Germania** se supun acelorași legi ca și alte entități juridice, dar pentru ele sunt prevăzute anumite beneficii.



Ungaria ocupă locul cinci în clasamentul țărilor UE după numărul de cooperative agricole. Ponderea cooperativelor din agricultura țării este relativ ridicată, deși numărul acestora scade treptat. Datorită procesului de consolidare, numai în primii cinci ani de la aderarea Ungariei la UE (2005) numărul de cooperative agricole a scăzut cu 700, iar acum este cu puțin peste 1,100.

Cooperativele ungare sunt împărțite în trei tipuri:

- de produse alimentare;
- de deservire (aprovizionare și comercializare);
- de tip „nou” — occidental.

[33] BIJMAN, J., P. PYYKKÖNEN, P. OLLILA . An EU wide analysis of transnational cooperatives, EU-synthesis report, Project: Support for farmers cooperatives, 2011

[34] PRISACARU,G. Politici comune ale Uniunii Europene. București: Editura universitară, 2011

Acestea din urmă se concentrează adesea pe un canal de vînzare și primesc sprijin din partea UE și din bugetul Ungariei. Practic, acestea sunt cooperative de aprovizionare sau de marketing care nu realizează producție, dar completează activitățile de producție ale fermierilor.



În **România,** conform legislației, în agricultură există urmatoarele forme de asociere[35]:

- ✓ **societăți agricole și alte forme de asociere în agricultură;**
- ✓ **asociații;**
- ✓ **cooperative agricole.**

Cooperativa agricolă reprezintă o asociație de persoane fizice și/sau juridice, constituită pe baza consimțământului liber exprimat de părți, în scopul promovării intereselor membrilor cooperatori.

În România, societățile comerciale, societățile agricole, asociațiile nonguvernamentale sau cooperativele agricole pot forma grupuri de producători. Oricare din aceste forme de asociere trebuie să întrunească urmatoarele condiții:

1. **să fie formate din cel puțin 5 membri;**
2. **să comercializeze cel puțin 75% din producția proprie prin intermediul grupului;**
3. **să demonstreze prin documente că are o valoare minimă a producției vîndute de 10,000 euro, echivalent în lei, pentru grupa de produs pentru care se cere recunoașterea.**

Grupurile de producători pot activa în anumite sectoare. În sectorul agricol: culturi de cîmp; horticultura; viticultura; creșterea animalelor pentru lapte; creșterea animalelor (excluzînd laptele); granivore (porci sau păsări); mixt (creșterea animalelor pentru lapte și carne/culturi vegetale și cresterea animalelor). În sectorul forestier: pentru produse lemnoase și produse nelemnoase (fructe de pădure, semințe forestiere, ciuperci comestibile din flora spontană, plante medicinale și aromatice, rășina).



În **Polonia** primele grupuri de producători agricoli au fost înființate în anul 2001. În grupuri se asociază producătorii unor produse sau grupuri de produse (de exemplu carne, păsări, cereale, semințe oleaginoase, fructe/legume etc.) care activează în temeiul unor reglementări naționale sau europene speciale, care *le oferă, printre altele, un sprijin semnificativ mai ales în primii 5 ani din activitatea lor.*

Grupurile formate din minim **5 producători** agricoli pot avea diferite forme juridice (asociații, societăți cu răspundere limitată, cooperative etc.). Ca urmare a activităților de promovare desfășurate în ultimii ani de către Consiliul Național de Cooperare, din ce în ce mai mulți producători aleg statutul de cooperativă. Membrii grupurilor sunt fermierii care pînă în prezent nu au fost asociați în nici o cooperativă sau membri ai cooperativelor „tradiționale" (vechi) care au devenit ineficiente în satisfacerea nevoilor lor.

În conformitate cu lista actuală a grupurilor de producători agricoli din Polonia, elaborată de Ministerul Agriculturii și Dezvoltării Rurale, 1,308 de astfel de entități operează în prezent în Polonia.

[35] Regulamentul (CE) de aplicare a Regulamentului (UE) Nr. 1305/2013 privind sprijinul pentru dezvoltare rurală acordat din Fondul European Agricol pentru Dezvoltare Rurală (FEADR)

Se poate afirma că cea mai des practicată formă organizatorico-juridică de GdP poloneze este societatea cu răspundere limitată (836,) urmată de cooperative (420), uniuni ale producătorilor agricoli (45) și asociații (7).

Grupurile de producători recunoscute conform criteriului „tipul de produs sau grup de produse" au următoarea structură: „Cereale și oleaginoase" — 24,46% (320 GdP); „Suine: purcei înțărcați, carne proaspătă, refrigerată, congelată" — 22,02% (288 GdP); „Păsări (indiferent de vîrstă), carne și organe comestibile de păsări: pui proaspeți, refrigerați și congelați" — 11,93% (156 GdP); „Lapte de vacă" — 7,34% (96 GdP); Cereale — 6,35% (83 GdP); „Păsări (indiferent de vîrstă), carne și subproduse comestibile de păsări de curte: curci proaspete, refrigerate, congelate"— 4,20% (55 GdP—uri), „Bovine" (indiferent de vîrstă): sacrificate sau vii, carne proaspătă, refrigerată și congelată"— 4,05% (53 GdP).

Grupurile de producători agricoli beneficiază de avantaje *(finanțări din programele de dezvoltare)*. În același timp, numărul mare de producători mici, cerințele crescînde ale pieței, competiția europeană puternică și ajutorul financiar vor stimula și în continuare procesul de formare a grupurilor de producători din Polonia.



În **Cehia** numărul minim de membri pentru cooperative este de 3, nu există un minim de capital, sau alte cerințe obligatorii pentru respectarea dispozițiilor legale, administrative sau economice, înregistrarea fiind obligatorie.

Auditul extern și raportarea obligatorie sunt realizate în cazul cooperativelor cu active mai mari de 1.44 milioane euro, cu venituri din vînzări ce depășesc 2.88 milioane euro, și un număr mediu de salariați mai mare de 50.

Există două tipuri de cooperative în lanțul de comercializare agroalimentară: ***cooperativele agricole și cooperativele de consum***. Asociația Cooperativelor Republicii Cehe, ca centru de coordonare a sistemului cooperativ ceh, reprezintă interesele legale și pe piață a membrilor săi.

Cooperativele agricole sunt impozitate în regim normal. Nu există o cotă specifică de impozitare aplicabilă cooperativelor și nici rate diferite de impozitare pentru tranzacțiile cu membrii și pentru tranzacțiile cu non-membrii.

Poziția organizațiilor de producători în lanțul alimentar variază semnificativ la nivel de sectoare și subsectoare. Cele mai puternice (avînd cea mai mare cotă de piață) sunt cooperativele de comercializare din sectorul hameiului și laptelui (în anul 2015, 38 de cooperative de comercializare au achiziționat 66,2% din cantitatea națională de produse lactate), în timp ce cooperativele de comercializare a cerealelor au un rol nesemnificativ. Diferențele de poziție depind de o serie de factori: structura pieței, dimensiunea relativă a producătorilor agricoli, natura produsului, natura „capitalului social" etc.



În **Suedia**, pentru a sprijini cooperarea agricolă, se aplică stimulente fiscale cooperativelor în formă de subvenții, împrumuturi nerambursabile, acordarea unui monopol asupra importului de produse agricole, taxe de import preferențiale și subvenții pentru export.



În **Danemarca,** asociațiile de fermieri au creat o serie de companii cooperatiste pentru a organiza aprovizionarea materială și tehnică a producerii, leasingului și întreținerii utilajelor agricole, precum și pentru a achiziționa produse agricole finite la ferme, prelucrarea și vînzarea ulterioară

a acestora, inclusiv export. Aproximativ 50% din mijloacele de producție pentru ferme sunt furnizate prin intermediul organizațiilor de aprovizionare cooperatistă, iar peste 75% din toată producția este procesată și vîndută de organizațiile de vînzări cooperatiste. Toate acestea au permis Danemarcei să ocupe primul loc în lume la producția de alimente pe cap de locuitor, 20 de mii de fermieri profesioniști danezi produc hrană suficientă pentru 15 milioane de oameni.

Un element important al reglementării de stat a mișcării de cooperare este sistemul fiscal european. Cooperativele și membrii acestora plătesc o taxă integrată care constă din impozitul pe vînzări, impozitele pe combustibil, forța de muncă salarială și taxele de licență. Cooperativele de tehnologii ecologice, precum și cele care utilizează surse alternative de energie sunt scutite de plata impozitelor pentru cîțiva ani. Pentru cooperativele care produc produse sau servicii prioritare, ratele de impozitare sunt reduse pentru o anumită perioadă.

De-a lungul deceniilor, cooperarea agricolă și-a dovedit eficacitatea ca mecanism de activare și susținere a dezvoltării agriculturii. Principiile sale (egalitatea membrilor cooperativelor și distribuirea echitabilă a profiturilor) rămîn neschimbate, dar formele și instrumentele activităților de cooperare evoluează constant, deschizînd noi oportunități pentru implementarea activităților agricole. Studierea experienței internaționale este un element important în formarea unui sistem eficient de cooperare agricolă în Moldova.

Reprezentarea intereselor

Prima organizație europeană[36] care reprezintă agricultorii, COPA *(Comitetul Organizațiilor Profesionale din Agricultură)*, a fost creată în 1958. La scurt timp după aceea, în 1959, cooperativele agricole și-au creat organizația — umbrelă europeană cu denumirea COGECA *(Comitetul General pentru Cooperarea Agricolă în Uniunea Europeană).* COGECA a fuzionat cu COPA în 1962. La momentul creării COGECA a avut 6 membri. De atunci, acesta s-a extins și are acum 35 membri cu drepturi depline și 4 membri afiliați din UE. COGECA are de asemenea 36 de parteneri.

În concordanță cu extinderile recente ale Uniunii Europene, COPA și COGECA și–au consolidat poziția în continuare ca fiind cele mai puternice organizații de reprezentare a agriculturii din Europa. COPA și COGECA au salutat în comun 38 de organizații naționale de fermieri și de cooperare din noile state membre. Asociația generală a ambelor organizații a crescut astfel la 76 de organizații din statele membre ale UE.

COGECA, denumită în prezent ,,*Confederația Generală a Cooperativelor Agricole din Uniunea Europeană"*, reprezintă acum interesele generale și specifice ale circa 40,000 de cooperative de fermieri, care angajează aproximativ 660,000 de persoane, cu venituri din vînzări anuale de peste 300 miliarde de euro.

De la înființarea sa, COGECA a fost recunoscută de instituțiile europene drept principalul organism reprezentativ și adevăratul purtător de cuvînt al întregului sector cooperativ agricol.

Generalizînd practicile internaționale, tabelul de mai jos ilustrează factorii de succes ce contribuie la obținerea performanțelor de către grupurile de producători.

[36] Conform „Statutului european al cooperativelor", obiectivul principal al cooperativelor este "dezvoltarea activităților economice şi sociale ale membrilor (...) în vederea furnizării de bunuri sau servicii sau a realizării de lucrări (...), care să răspundă nevoilor membrilor săi" (MMFPS, 2010, p. 24)

Tabel. Factorii de succes ce contribuie la obținerea performanțelor de către grupurile de producători[37]

Gestiunea și puterea de luare a deciziilor	Capacitățile manageriale și tehnice	Capacitățile financiare	Nivelul de organizare a serviciilor	Orientarea afacerii	Certificarea afacerii
Stabilitatea grupului de producători	*Administrarea corectă a sistemelor manageriale/ cultura conducerii*	*Nivelul veniturilor/ resurse proprii*	*Buna relație cu producătorii*	*Relația sau dependența producător - comerciant*	*Deținător de certificate (ISO, HACCP, Global GAP, GMP)*
Activitate contractuală sau bazată pe încredere	*Pregătirea angajaților*	*Diversitatea resurselor financiare*	*Diversitatea tehnologică, financiară și comercială (servicii contractuale)*	*Volumul și calitatea producției livrate*	*Dependența producător - grup de producători*
Fiabilitatea și aranjamente instituționale la împărțirea beneficiilor	*Abilități administrative și abilități manageriale*	*Aptitudini de administrare financiară*	*Intensitatea și calitatea serviciilor*	*Piața și relațiile de piață*	*Costuri reduse de certificare*
Transparență și conducere eficientă	*Abilități tehnice*	*Sisteme automatizate de evidență contabilă*	*Specificul sistemului de plăți*	*Aptitudini de marketing*	*Calitatea sistemului de management*
					Continuitatea relațiilor comerciale

10.2. ISTORII DE SUCCES AUTOHTONE

Pentru a fi mai convingători și pentru a aduce un argument în plus pentru producătorii agricoli care doresc, dar încă mai iezită să înființeze sau să adere la un grup de producători, în continuare sunt prezentate exemple de cooperare de succes a producătorilor din Moldova.

Unele date privind situația actuală a grupurilor de producători în Republica Moldova se prezintă în *Figura 3*:

[37] BATTILENI, P., SCHROTER H. The cooperative Business Movement 1950 to the Present. New York: Cambridge University Press, 2012

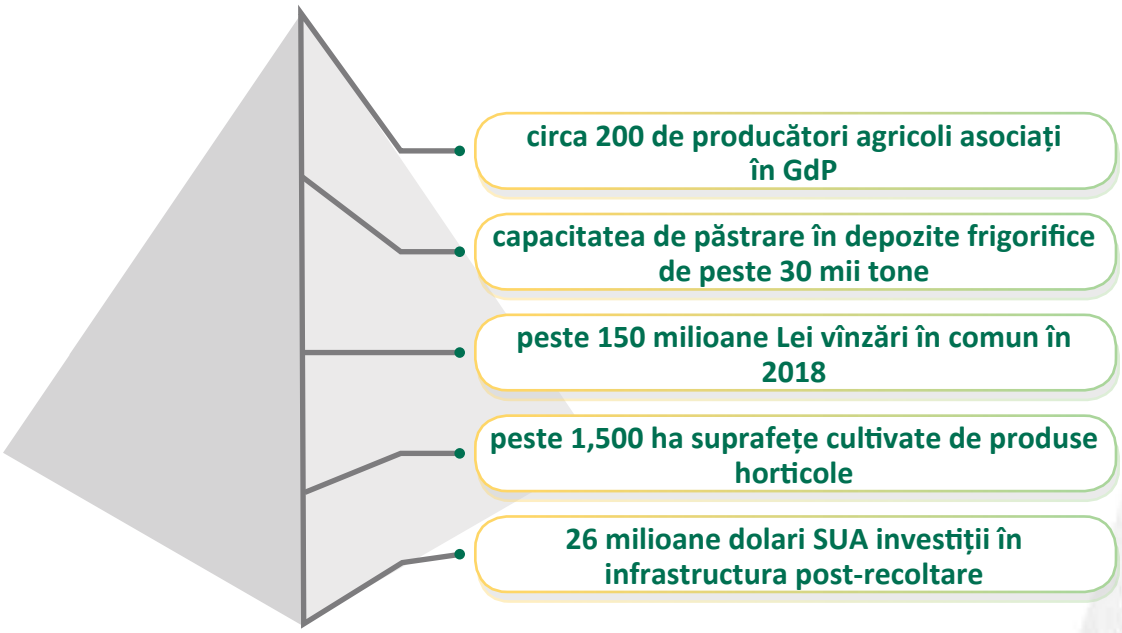


Figura 3. *Datele privind situația actuală a GdP*

✓ **Fruitmol Group** – puterea rezidă în asociere

Cu acest slogan, în anul 2014, șapte producători de prune și mere au reușit să pună bazele unei cooperative puternice în satul Sireți, raionul Strășeni. Cooperativa unește 7 agenți economici, care, deși colaborau sporadic și în trecut, au înțeles că împreună vor putea înfrunta mai ușor provocările.

Valoarea totală a proiectului investițional de construcție a unei case de ambalare, sortare și prelucrare a fructelor uscate a fost de circa 900 mii dolari SUA, dintre care 350 mii dolari SUA reprezintă grantul obținut prin intermediul programului finanțat de Banca Mondială - MAC-P.

Capacitățile de producție a grupului la fondare: suprafața de producție **–** 150 ha, volumul anual al producției **–** 1,000 tone, tehnici de uscare, sortare a prunelor și merelor.

Capacitatățile casei de ambalare – 1,500 tone/sezon, cuptor de uscare, linie de sortare, linie de blanșare, sală de desîmburire, sală de ambalare, sală de depozitare (în total 300 m²).

Produsul	Soiuri	Cantitatea, tone	Graficul sezonier
	Idared Florina Simerenco	560 390 290	septembrie-martie
	Stanley Anaspet	1,830 480	august-noiembrie
		500	octombrie-mai

Utilaje agricole: tractoare, sistem de irigare, cultivatoare, pluguri, stropitori, grape cu discuri, freze.

Asocierea a însemnat pentru ei un interes comun - să poată comercializa mai ușor produsele atît pe piața locală, cît și pe cea internațională.

Fruitmol Group consideră că avantajele unui grup de producători sunt multiple:

- În primul rînd, o cantitate mai mare de produse este mult mai atractivă pentru potențialii cumpărători.
- În al doilea rînd, costurile pentru dezvoltarea unei infrastructuri post-recolare a prunelor și merelor sunt mai ușor de suportat.
- În final, crește semnificativ puterea de negociere a prețului la produse.

Din toamna anului 2015, vînzările au crescut semnificativ, iar în 2017, cooperativa a obținut venituri din vînzări de circa 10 milioane lei, 80% din valoare fiind reprezentate de contractele de export.

În prezent, membrii cooperativei recoltează și prelucrează anual aproximativ 1,400 tone de prune în stare proaspătă. Capacitatea totală a casei de prelucrare și ambalare este de 1,500 tone.

Profitînd de avantajele asocierii, în doar cîțiva ani de la fondarea cooperativei, producătorii au reușit să se impună și să exporte produse în mai multe țări. Prunele crescute, uscate și ambalate la Sireți au ajuns în România, Polonia, Belarus, Federația Rusă și Statele Unite ale Americii.

Piețe noi de desfacere pentru **Strugurii Chihlimbării**

Șase fermieri din satul Taraclia, raionul Căușeni, au descoperit rețeta succesului în cultivarea strugurilor și fructelor. Aceștia au creat cooperativa „Strugurii chihlimbarii", astfel unindu-și eforturile, banii și competențele pentru a beneficia de o infrastructură comună care le-ar aduce siguranța în ziua de mîine.

Valoarea totală a proiectului investițional de construcție a unui depozit frigorific a constituit circa 700 mii dolari SUA, dintre care 285 mii dolari SUA reprezintă grantul obținut prin intermediul programului MAC-P.

Capacitățile de producție la fondare: suprafața de producție **–** 270 ha, volumul anual al producției de fructe și struguri **–** 3,600 tone.

Capacitățile depozitului frigorific – 1,200 t, stivuitoare, linie de sortare, sală de ambalare.

Produsul	Soiuri	Cantitatea, tone	Graficul sezonier
	Idared Florina Golden Delicios Renet Simerenco Gala Ionagold	200 200 400 120 100 100	septembrie-martie
	Stanley Cabardinca Cacanska naibolee President	600 200 300 50	august-noiembrie

Produsul	Soiuri	Cantitatea, tone	Graficul sezonier
	Dragobete Redhaven Cardinal Moldova	32 150 32 40	iulie-august
	Crasnosechii Nadejda	50 50	iulie
	Crupnoplodnaia	30	iunie-iulie
	Moldova Alb de Suruceni Lora Cardinal Prezentabil Codreanca	675 80 10 135 65 53	septembrie-martie septembrie-decembrie septembrie-decembrie august-septembrie septembrie-decembrie august-septembrie

Utilaje tehnice: tractoare, sistem de irigare, cultivatoare, pluguri, stropitori, grape cu discuri, freze.

Produsul de bază ce consolidează toți cei 6 membri sunt strugurii de masă. Cel mai reprezentativ soi este „Moldova" cultivat pe o suprafață de aproximativ 45 ha. Cooperativa asigură locuri de muncă stabile și un venit lunar decent pentru 120 persoane. Fermierii mizează pe calitatea produsului, prin respectarea strictă a standardelor naționale și internaționale. Începînd cu anul 2018, cooperativa „Strugurii chihlimbarii" a extins podgoriile cu încă 20 ha, iar în viitor planifică să construiască și o uscătorie de fructe.

✓ **Stînca Grup** – merele, cartea de vizită a agricultorilor din nordul Republicii Moldova

Grupul este format din cinci membri, care au consolidat peste 50 ha de livadă de mere. Grupul a devenit o adevărată carte de vizită a regiunii și antreprenorii mizează pe continuitatea afacerilor în acest domeniu.

Valoarea totală a proiectului investițional pentru construcția unui frigider, procurarea unui stivuitor și a containerelor a constituit circa 900 mii dolari SUA, dintre care 350 mii dolari SUA reprezintă grantul obținut prin programul MAC-P.

Capacitățile de producție la fondare: suprafața de producție **–** 52 ha, volumul anual al producției **–** 3,000 tone.

Capacitatățile depozitului frigorific – 1,850 tone, stivuitoare, linie de sortare, sală de ambalare.

Produsul	Soiuri	Cantitatea, tone	Graficul sezonier
	Idared Golden delicios Renet simerenco Florina Starkimson/Gloster Banan de iarnă	1,500 500 400 200 200 200	septembrie-martie

Utilaje tehnice: tractoare, sistem de irigare, cultivatoare, pluguri, stropitori, grape cu discuri, freze.

Pentru a face față concurenței dure, dar și pentru a asigura continuitatea afacerilor, membrii cooperativei și-au unit eforturile și au creat condiții moderne de păstrare a producției.

Informații detaliate cu privire la alte istorii de succes
ale grupurilor de producători pot fi consultate pe pagina web

http://www.capmu.md/wp-content/uploads/2017/07/10-Istorii-de-succes-2017-coperta-WEB.pdf

ÎNTREBĂRI FRECVENTE

1 Care sunt primii pași la crearea grupurilor de producători?

- Mai mulți producători agricoli (minimum 5) care decid să se asocieze formează o entitate nouă – cooperativa de întreprinzător (SRL sau SA) pe care o înregistrează la Agenția Servicii Publice. Trebuie de menționat faptul că nu există GdP ca formă organizatorico-juridică. GdP este un statut special acordat de catre MADRM.
- La decizia membrilor, după înregistrarea la ASP sau ulterior, entitatea creată depune o cerere de obținere a avizului de recunoaștere la MADRM anexînd setul de acte solicitate, inclusiv planul de recunoaștere elaborat pe o perioadă de 5 ani. În baza declarației pe proprie răspundere, planul de recunoaștere trebuie respectat în activitatea economică ulterioră a grupului.
- GdP primeste avizul de recunoastere de la MADRM, de regulă, în termen de 30 zile de la data depunerii cererii de recunoaștere.
- GdP poate beneficia de sprijin fianciar din partea statului (subvenții la vînzări sau post-investiționale) prin depunerea dosarelor de subvenționare către AIPA teritorială, doar dacă GdP este recunoscut. Subvenția din valoarea producției de origine vegetală comercializată prin intermediul grupului poate fi accesată doar dacă valoarea minimă a producției comercializate este de 1 milion de lei (pentru sectorul zootehnic nu este limită minimă pentru valoarea subvenționată). În cazul solicitării subvențiilor post-investiție, procedura este similară celei general accepatate de AIPA. În cazul GdP, plafoanele sumelor solicitate sunt mai mari decît în cazul producătorilor individuali.

2 Care sunt obiectivele principale ale unui grup de producători?

- Comercializarea în comun a producției agricole, asigurarea unui venit mai mare pentru producători, inclusiv beneficiind de serviciile oferite de cooperativă la preț redus și de infrastructura post-recoltare comună.
- Obținerea prețurilor mai mici la inputurile agricole și a condițiilor mai bune de plată.
- Limitarea rolului intermediarilor în procesul de vînzare a producției agricole, cît și în activitatea nemijlocită a producătorului agricol.

3 Cine poate deveni membru al unui grup de producători?

Orice fermier ce practică activitate de întreprinzător în formă înregistrată (GT, ÎI, SRL) care este producător al unui produs sau a unei grupe de produse în care este specializat GdP. Fermierul se obligă să respecte regulile de funcționare ale grupului respectiv.

Aderarea și excluderea din GdP este exclusiv voluntară. Membrul care dorește să adere la grup înaintează o cerere către organele de conducere ale cooperativei. Excluderea membrului din cooperativă este, la fel, relativ simplă, prin depunerea de către membru a cererii de excludere și presupune votarea excluderii în baza cererii depuse sau excluderea pe motiv de nerespectare a obligațiilor asumate de către un anumit membru.

4 Care sunt caracteristicile principale ale unui grup de producători?

- Este format din producători agricoli.
- Este o entitate nouă constituită sub forma organizatorico-juridică de cooperativă de întreprinzător, SRL sau SA.
- Desfășoară activități comerciale legate de vînzarea produselor agricole provenite de la membri, prestează servicii și/sau achiziționează inputurile necesare pentru activitatea membrilor.
- Activează în scopul obținerii profitului pentru membrii săi.
- Oferă noi posibilități pentru dezvoltatea afacerilor membrilor.

5 Cine sunt proprietarii activelor unui grup de producători?

Proprietatea aparține membrilor grupului de producători. Este o asociere a producătorilor. Controlul și managementul proprietății este întotdeauna efectuat de membri ori de reprezentanții de încredere ale membrilor.

6 Care sunt actele necesare pentru înregistrarea cooperativei de întreprinzător la ASP?

Cel puțin 5 persoane juridice și/sau fizice (care practică activitatea de întreprinzător) pot fonda cooperativa de întreprinzător. În termen de o lună din ziua adunării de constituire, președintele ales

al cooperativei se prezintă la ASP pentru a depunde cererea de înregistrare, la care se anexează următoarele documente:

- procesul-verbal al adunării de constituire, semnat de președintele și secretarul acestei adunări;
- contractul de constituire, întocmit în modul stabilit;
- statutul cooperativei, aprobat la adunarea de constituire;
- documentul ce confirmă unde este stabilit sediul cooperativei;
- bonul de plată a taxei pentru înregistrarea de stat a cooperativei.

7 Ce etape va parcurge grupul de producători în procesul de recunoaștere?

- Elaborarea planului de recunoaștere.
- Transmiterea și înregistrarea dosarului la MADRM și AIPA.
- Aprobarea sau respingerea planului de recunoaștere (din dosar) de către AIPA în termen de pînă la 30 zile de la data primirii acestuia.
- Comisia de recunoaștere va efectua controlul administrativ.
- MADRM acceptă recunoașterea în calitate de grup de producători, cu emiterea avizului de recunoaștere/ori a deciziei de respingere a cererii.
- Grupul de producători recunoscut se înregistrează pentru evidență în Registrul grupurilor de producători.
- GdP prezintă AIPA raportul anual privind implementarea planului de recunoaștere.

8 Care sunt condițiile cadru pentru ca grupul să obțină recunoașterea?

- Să fie înregistrat legal sub una din următoarele forme juridice de organizare - cooperativă de întreprinzător, SRL sau SA, conform legislației în vigoare.
- Să fie constituit din minimum 5 membri, producători agricoli, dintre care nici unul nu poate deține mai mult de 20% din voturi la adunarea generală.
- Să dețină un sistem centralizat de contabilitate, facturare, înregistrare și urmărire cantitativă, calitativă și valorică a producției membrilor săi, comercializată prin intermediul grupului de producători.

9 Ce prevederi obligatorii se regăsesc în actele de constituire și statutul grupului?

1. Condițiile de primire a noilor membri în cadrul grupului și de ieșire a membrilor din cadrul grupului.
2. Condiția de apartenență doar la un singur grup de producători pentru același produs sau grup de produse omogene.
3. Condițiile de prezentare de către membrii grupului de producători a informațiilor privind volumul vînzărilor și prețurile de comercializare a produselor pentru care s–a constituit grupul respectiv și care nu au fost comercializate prin intermediul grupului.
4. Angajamentul membrilor asociați de a comercializa prin intermediul grupului de producători produsul sau grupul de produse omogene proprii, după cum urmează:

50% – în primul an de activitate

60% – în al doilea an de activitate

75% – în al treilea și în următorii ani de activitate[38]

10 Ce acte vor fi anexate în dosarul de recunoaștere a grupurilor de producători?

Lista actelor necesare pentru obținerea avizului de recunoaștere este prezentată la Capitolul IV, Pasul 5.

11 Ce urmează din momentul primirii avizului de recunoaștere?

Grupul de producători purcede la implementarea Planului de recunoaștere aprobat.

12 Grupul de producători este obligat să mențină un volum minim de vînzări?

Da. Grupul de producători este obligat să mențină, pe toată perioada de recunoaștere, volumul minim de vînzări de la membri către grup. Volumele vor fi calculate în expresie cantitativă și valo-

[38] Ordinul Ministerului Agriculturii și Industriei Alimentare din Republica Moldova nr.81 din 12.05.2017 cu privire la aprobarea procedurii de recunoaștere a grupurilor de producători//Monitorul Oficial nr.181-189 din 09.06.2017

rică în conformitate cu prevederile planului de recunoaștere elaborat de către grup și aprobat de autorități. (Vezi răspunsul la întrebarea 9 de mai sus).

13 Ce activități ar mai putea întreprinde un grup de producători?

Producătorii membri ai grupului au nevoie de sprijin pentru comercializarea produselor. Grupurile de producători preiau responsabilitatea pentru una sau mai multe activități din lanțul valoric al produselor, de la procurarea materiei prime pînă la livrarea produsului final. Pe scurt, grupul de producători ar putea întreprinde următoarele activități:

- Achiziționarea de inputuri;
- Analiza și diseminarea către membri a informațiilor despre piața produselor-țintă*;
- Diseminarea către membri a tehnologiilor și a inovațiilor;
- Facilitarea finanțării pentru procurarea inputurilor;
- Procesarea produselor;
- Ambalarea, etichetarea și standardizarea;
- Controlul calității;
- Marketingul produselor;
- Participarea la bursele de mărfuri;
- Elaborarea de mărci comerciale;
- Export.

**Grupurile de producători pot solicita recunoașterea pentru un produs sau un grup de produse.*

14 Care este periodicitatea verificărilor efectuate de AIPA în vederea constatării menținerii și respectării condițiilor de recunoaștere?

Legea privind grupurile de producători și asociațiile acestora nr. 312/2013 nu prevede expres peridiocitatea verificărilor din partea AIPA. Se presupune că verificările privind implementarea planului de recunoaștere vor fi efectuate la necesitate, dar, de regulă, nu vor fi mai frecvente decît o dată în cursul unui an calendaristic.

15 În ce perioadă se efectuiază evaluarea/monitorizarea implementării planului de recunoaștere?

Evaluarea/monitoizarea implementării planului de recunoaștere se va face de AIPA din data primirii avizului de recunoaștere și pe parcursul a 5 ani de recunoaștere, adică pînă la finele perioadei de implementare a planului de recunoaștere.

16 Care sunt instituțiile implicate în procesul de monitorizare și evaluare a GdP?

- ✓ MADRM, prin Comisia de Recunoaștere a GdP.
- ✓ AIPA.

17 Ce instituții și proiecte susțin și promovează grupurile de producători?

MADRM — începînd cu anul 2014, promovează procesul de asociere a producătorilor agricoli în grupuri de producători. Pentru a încuraja înființarea grupurilor de producători, a fost creat cadrul de politici prin care este facilitată organizarea, recunoașterea și funcționarea grupurilor de producători agricoli, oferindu-se stimulente financiare necesare la formarea asociațiilor și stabilirea unor angajamente cu piețele.

1. **AIPA** — instituție publică la autogestiune, instituită pe lîngă Ministerul Agriculturii, Dezvoltării Regionale și Mediului din Republica Moldova, responsabilă pentru gestionarea eficientă a Fondului Național de Dezvoltare a Agriculturii și Mediului Rural, inclusiv a surselor financiare provenite de la partenerii de dezvoltare, gestionarea resurselor financiare destinate susținerii grupurilor de producători.

2. **Proiectele donatorilor.**

3. **Asociațiile producătorilor agricoli** — una din metodele prin care statul susține în prezent asocierea producătorilor agricoli este introducerea în cerințele de eligibilitate pentru subvenționare a calității de membru al unei asociații profesionale de profil și/sau al unei organizații profesionale pe produs. *De exemplu*: Conform punctului 7.4 din *Regulamentul privind condițiile, ordinea și procedura de acordare a mijloacelor Fondului Național de Dezvoltare a Agriculturii și Mediului Rural (2017–2021),* sunt pasibili de subvenționare producătorii agricoli, grupurile de producători care au efectuat investiția ce corespunde domeniilor de acțiune aferente fiecărei măsuri de sprijin financiar și care dispun de apartenență la una din asociațiile producătorilor agricoli cu profil general sau ramural.

4. **Asociația grupurilor de producători** — în vederea promovării intereselor grupurilor de producători şi creării unor condiţii favorabile de realizare şi protejare a intereselor de producţie, sociale şi a altor interese comune, grupurile de producători au dreptul să înfiinţeze asociaţii cu statut de organizaţii necomerciale — **uniuni de persoane juridice**. Crearea și activitatea unei asociații a grupurilor de producători se admit dacă sunt întrunite următoarele condiții[39]:

   - ✓ intrarea benevolă a grupurilor în asociație și ieșirea din aceasta în condițiile prevăzute de contractul de asociere sau statutul asociației;
   - ✓ respectarea legislației în domeniul concurenței;
   - ✓ organizarea pe bază de contract a raporturilor dintre grupurile de producători ce fac parte din asociație.

În acest sens, ***Uniunea Cooperativelor de Întreprinzător "AGRI EXPO"*** a fost instituită în martie 2016 ca o uniune de persoane juridice, non-profit, în scopul protecției și promovării intereselor cooperativelor de întreprinzător și/sau a grupurilor de producători legal constituite pe teritoriul Republicii Moldova.

În prezent, Uniunea are în componența sa 10 membri, care sunt grupuri de producători, *create cu suportul Proiectului Agricultura Competitivă a Moldovei (MAC-P)*. În total, aceștia reprezintă interesele a cca 50 producători agricoli individuali din domeniul horticol. Producătorii primari au capacități de producere, însă duc lipsă de abilități de marketing și promovare a producției sale.

AGRI EXPO tinde să acopere acest gol prin acordarea suportului pentru cooperativele de întreprinzător și/sau grupurile de producători în procesul administrării întregului lanț valoric al produsului, începînd cu procurarea materiei prime și pînă la livrarea produsului către consumator.

Scopul principal al *AGRI EXPO* este de a promova beneficiile asocierii producătorilor agricoli, a susține cooperativele în creșterea veniturilor prin agregare și valoare adăugată, cît și de a crea oportunități pentru creșterea exporturilor de produse agroalimentare.

AGRI EXPO urmărește, de asemenea, să amplifice mișcarea cooperatistă din Republica Moldova, în scopul creării unei platforme comune pentru cooperative și grupurile de producători, prin care aceștea să-și apere interesele, să-și fortifice oportunitățile investiționale, de dezvoltare și accedere pe pieţele regiunale și internaționale.

18 Ce factori importanți ar trebui să fie luați în considerație la formarea GdP?

Specializarea producătorilor mici din regiunea—țintă, volumul producției și pieţele de desfacere.

[39] În baza Legii nr.312 din 20.12.2013 privind grupurile de producători agricoli și asociațiile acestora

- Dorința producătorilor de a se dezvolta prin investiții comune și prin implementarea noilor practici de gestionare a afacerilor, inclusiv pentru a spori productivitatea și calitatea produselor cultivate.
- Experiența de asociere.
- Sprijinul din partea statului sau din partea donatorilor pentru GdP, inclusiv criteriile de accesare a sprijinului.
- Evidențierea avantajelor asocierii pentru grupul respectiv.

19 Care sunt actele necesare pentru obținerea de către GdP a sprijinului financiar din Fondul de Dezvoltare a Agriculturii și a Mediului Rural în cadrul Submăsurii 1.8. Stimularea constituirii și funcționării grupurilor de producători agricoli (subvenții din valoarea producției comercializate prin intermediul GdP)?

Pentru accesarea sprijinului financiar, grupul de producători înaintează o cerere către AIPA în termen de 30 de zile de la expirarea termenului de raportare anuală sau, după caz, semestrială, la care anexează[40]:

a) copia certificatului de înregistrare;
b) copia avizului de recunoaștere;
c) dovada valorii producției comercializate de către membrii grupului de producători sau, după caz, a valorii investiției efectuate;
d) raportul anual privind realizarea planului de recunoaștere;
e) prezentarea certificatelor HACCP și/sau GlobalGap/GMP/ISO și a contractelor cu companii specializate în certificare[41].

[40] În baza Legii nr.312 din 20.12.2013 privind grupurile de producători agricoli și asociațiile acestora
[41] Conform prevederilor pct. 75 al Regulamentului Fondului Național de Dezvoltare a Agriculturii și Mediului Rural, aprobat prin HG

Ghid de resurse

1. Legea cu privire la antreprenoriat și întreprinderi nr. 845–XII din 03.01.92 *//Monitorul Oficial nr.2/33 din 28.02.1994.*
2. Legea privind înregistrarea de stat a persoanelor juridice și a întreprinzătorilor individuali nr. 220–XVI din 19.10.2007 *//Monitorul Oficial nr.184–187/711 din 30.11.2007.*
3. Legea privind gospodăriile țărănești (de fermier) nr.1353–XIV din 03.11.2000*//Monitorul Oficial 14–15/52 din 08.02.2001.*
4. Legea privind societățile cu răspundere limitată nr. 135–XVI din 14.06.2007 *//Monitorul Oficial nr.127–130/548 din 17.08.2007.*
5. Legea privind societățile pe acțiuni nr. 1134–XIII din 02.04.97*//Monitorul Oficial nr. 38– 39/332 din 12.06.1997.*
6. Legea contabilității nr. 113–XVI din 27.04.2007*//Monitorul Oficial nr. 90– 93/399 din 29.06.2007.*
7. Legea privind licențierea unor genuri de activitate nr. 451–XV din 30.07.2001*//Monitorul Oficial 108–109/836 din 06.09.2001.*
8. Legea privind susținerea sectorului entităților mici și mijlocii nr. 206–XVI din 07.07.2006*//Monitorul Oficial 126–130/605 din 11.08.2006.*
9. Legea insolvabilitatii nr. 632–XV din 14.11.2001//*Monitorul Oficial nr. 139– 140/1082 din 15.11.2001.*
10. Legea nr. 276 din 16 decembrie 2016 cu privire la principiile de subvenționare a producătorilor agricoli//*Monitorul Oficial nr.67-71 din 03.03.2017.*
11. Legea nr. 312 din 20.12.2013 privind grupurile de producători agricoli și asociațiile acestora// *Monitorul Oficial nr.47- 48 din 25.02.2014.*
12. Legea nr. 73 din 12.04.2001 privind cooperativele de întreprinzători//*Monitorul Oficial nr. 49-50 din 03.05.2001.*
13. Legea nr. 231 din 23.09.2010 privind comerțul intern//*Monitorul Oficial nr. 206-209 din 22.10.2010.*
14. Legea nr. 257 din 27.07.2006 privind organizarea și funcționarea piețelor produselor agricole și agroalimentare//*Monitorul Oficial nr. 142-145 din 08.09.2006.*
15. Legea nr. 1515-XII din 16 iunie 1993 cu privire la protecția mediului înconjurător//*Monitorul Oficial nr. 10 din 01.10.1993.*
16. Legea nr. 851-XIII din 29 mai 1996 privind expertiza ecologică și evaluarea impactului asupra mediului înconjurător//*Monitorul Oficial nr. 52-53 din 08.08.1996.*
17. Legea nr. 177 din 22.10.2015 pentru ratificarea Acordului de finanțare dintre Guvernul Republicii Moldova și Comisia Europeană privind implementarea Programului ENPARD Moldova–suport pentru agricultură și dezvoltare rurală//*Monitorul Oficial nr.317-323 din 27.11.2015*.
18. Legea nr. 461 din 30.07.2001 privind piața produselor petroliere//*Monitorul Oficial nr.76 din 22.04.2003*.
19. Legea nr. 38 din 29.02.2008 privind protecția mărcilor//*Monitorul Oficial nr.99-101 din 06.09.2008.*
20. Ordinul Ministerului Agriculturii și Industriei Alimentare din Republica Moldova nr.81 din 12.05.2017 cu privire la aprobarea procedurii de recunoaștere a grupurilor de producători// *Monitorul Oficial nr.181-189 din 09.06.2017.*

21. Ordinul Camerei de Licențiere din Republica Moldova nr.12 din 20.02.2006 privind condițiile de licențiere și listele documentelor suplimentare, ce se anexează la cererile de eliberare a licențelor pentru unele genuri de activitate//*Monitorul Oficial 70–72/260 din 05.05.2006.*
22. Ordinul Ministerului Finanțelor din Republica Moldova nr. 28 din 01.03.2002 cu privire la aprobarea și punerea în aplicare a Indicațiilor metodice privind particularitățile contabilității în cooperativele de întreprinzător//*Monitorul Oficial nr. 33– 35 din 07.03.2002*.
23. Hotărîre de Guvern nr. 488 din 13.08.2009 pentru aprobarea Regulamentului privind procedura de depunere, examinare și înregistrare a mărcilor în Republica Moldova//*Monitorul Oficial nr.127-130 din 21.08.2009*.
24. Hotărîre de Guvern nr. 455 din 21.06.2017 cu privire la modul de repartizare a mijloacelor Fondului Național de Dezvoltare a Agriculturii și Mediului Rural//*Monitorul Oficial nr. 201– 213 din 23.06.2017*.
25. *Regulamentul (UE) nr. 1305/2013* al Parlamentului European şi al Consiliului privind sprijinul pentru dezvoltare rurală acordat din Fondul European Agricol pentru Dezvoltare Rurală (FEADR) și de abrogare a Regulamentului (CE) nr. 1698/2005 al Consiliului.
26. *Regulamentul (UE) nr. 1303/2013* al Parlamentului European şi al Consiliului de stabilire a unor dispoziții comune privind Fondul european de dezvoltare regională, Fondul social european, Fondul de coeziune, Fondul european agricol pentru dezvoltare rurală și Fondul european pentru pescuit și afaceri maritime, precum și de stabilire a unor dispoziții generale privind Fondul european de dezvoltare regională, Fondul social european, Fondul de coeziune și Fondul european pentru pescuit și afaceri maritime și de abrogare a Regulamentului (CE) nr. 1083/2006 al Consiliului.
27. *Regulamentul (UE) nr. 1310/2013* al Parlamentului European şi al Consiliului de stabilire a anumitor dispoziții tranzitorii privind sprijinul pentru dezvoltare rurală acordat din Fondul European Agricol pentru Dezvoltare Rurală (FEADR), de modificare a Regulamentului (UE) nr. 1305/2013 al Parlamentului European și al Consiliului în ceea ce privește resursele și repartizarea acestora pentru anul 2014 și de modificare a Regulamentului (CE) nr. 73/2009 al Consiliului și a Regulamentelor (UE) nr. 1307/2013, (UE) nr. 1306/2013 și (UE) nr. 1308/2013 ale Parlamentului European și ale Consiliului în ceea ce privește aplicarea acestora în anul 2014.
28. *Regulamentul (CE)* de aplicare a Regulamentului (UE) nr. 1305/2013 privind sprijinul pentru dezvoltare rurală acordat din Fondul European Agricol pentru Dezvoltare Rurală (FEADR).
29. Acordul de Asociere dintre Uniunea Europeană și Comunitatea Europeană a Energiei Atomice și statele sale membre, pe de o parte, și Republica Moldova, pe de altă parte. Chișinău, 2014.
30. Acordul de Liber Schimb între Republica Moldova și Uniunea Europeană: Fezabilitatea, perspectivele și impactul potențial. Chișinău: Expert Grup, 2009. 45p.

