**MUNICIPIUL BUCUREȘTI**
**CONSILIUL LOCAL AL SECTORULUI 1**

# HOTĂRÂRE

privind aprobarea Strategiei pentru dezvoltarea piețelor agroalimentare din Sectorul 1 al Municipiului București, a Masterplanului și a Planului de acțiune aferente

Văzând proiectul de hotărâre nr. K2-251/28.07.23026;

Având în vedere Referatul de aprobare nr. CMP 1241/ 23.07.2026 al Primarului Sectorului 1 al Municipiului București;

Ținând seama de Raportul de specialitate nr. CMP 1242/ 23.07.2026 al Direcției Generale Comunitate și Politici publice, Raportul de specialitate nr. M/5059/29.07.2026 întocmit de Direcția Juridică și Raportul de specialitate nr. 2037/28.07.2026 întocmit de Direcția Economică, din cadrul aparatului de specialitate al Primarului Sectorului 1;

Având în vedere Avizul nr. 585/05.08.2026 al Comisiei pentru activități economico-financiare, buget și finanțe, fonduri europene, mediul de afaceri și transparență financiară și Avizul nr. 261/05.08.2026 al Comisiei de administrație publică locală, juridică, apărarea ordinii publice, respectarea drepturilor și libertăților cetățenilor și patrimoniu, ale Consiliului Local al Sectorului 1;

Luând în considerare Raportul de termen nr. 36/10.06.2026 și Raportul de termen intermediar nr. 36/14.06.2026;

În virtutea prevederilor Constituției României;

În conformitate cu Legea nr. 24/2000 privind normele de tehnică legislativă pentru elaborarea actelor normative, cu modificările și completările ulterioare;

Având în vedere prevederile Legii nr. 273/2006 privind finanțele publice locale, cu modificările și completările ulterioare;

În conformitate cu prevederile Legii nr. 52/2003 privind transparența decizională în administrația publică, republicată, cu modificările și completările ulterioare;

Ținând seama de prevederile Hotărârii Guvernului nr. 348/2004 privind exercitarea comerțului cu produse și servicii de piață în unele zone publice, cu modificările și completările ulterioare;

Luând în considerare Hotărârea Guvernului nr. 333/2003 pentru aprobarea Normelor metodologice de aplicare a Ordonanței Guvernului nr. 99/2000 privind comercializarea produselor și serviciilor de piață;

În baza art. 5 lit. cc), art. 139 alin. (3), lit. a) coroborat cu art. 166 alin. (2) lit. q) teza finală din Ordonanța de Urgență nr. 57/2019 privind Codul administrativ, cu modificările și completările ulterioare;

**CONSILIUL LOCAL AL SECTORULUI 1**
**întrunit în ședință ordinară**
**HOTĂRĂȘTE:**

**Art. 1** Se aprobă Strategia pentru dezvoltarea piețelor agroalimentare din Sectorul 1 al Municipiului București, conform Anexei nr. 1, care face parte integrantă din prezenta hotărâre.

VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

**Art. 2.** Se aprobă Masterplanul aferent Strategiei pentru dezvoltarea piețelor agroalimentare din Sectorul 1, conform Anexei nr. 2, care face parte integrantă din prezenta hotărâre.

**Art. 3** Se aprobă Planul de acțiune pentru implementarea Strategiei pentru dezvoltarea piețelor agroalimentare din Sectorul 1, conform Anexei nr. 3, care face parte integrantă din prezenta hotărâre.

**Art. 4** Implementarea Strategiei se va realiza etapizat, prin aplicarea măsurilor și proiectelor prevăzute în Planul de acțiune, în funcție de resursele bugetare disponibile și de sursele de finanțare identificate.

**Art. 5** - (1) Primarul Sectorului 1, prin aparatul de specialitate, precum și Direcția Utilități Publice, Salubrizare și Protecția Mediului Sector 1, vor duce la îndeplinire prevederile prezentei hotărâri.

**(2)** Serviciul Tehnică Legislativă, Secretariat, Arhivă și Evidență Electorală va asigura comunicarea prezentei entităților menționate la alin. (1), precum și Instituției Prefectului Municipiului București.

Această hotărâre a fost adoptată cu 20 voturi pentru și 4 abțineri înregistrate la voturi împotrivă, în momentul votului fiind prezenți 24 de consilieri locali din 27 de consilieri locali în funcție, astăzi, 05.08.2026, în ședința ordinară a Consiliului Local al Sectorului 1, convocată în temeiul art. 133 alin. (1) din Ordonanța de Urgență nr. 57/2019 privind Codul administrativ, cu modificările și completările ulterioare.

**PREȘEDINTE DE ȘEDINȚĂ,**
**Mădălina DUMITRACHE**

**CONTRASEMNEAZĂ,**
**SECRETAR GENERAL**
**Mirona-Giorgiana MUREȘAN**

PRIMĂRIA SECTORULUI 1

VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

**Nr. 239**
**Data: 05.08.2026**

ANEXA NR. 1

ANEXĂ LA HOTĂRÂREA CONSILIULUI LOCAL AL SECTORULUI 1
Nr. 229
05 AUG 2026
PREȘEDINTE DE ȘEDINȚĂ
MĂDĂLINA AVRĂMACHE

MUNICIPIUL BUCUREȘTI CONSILIUL LOCAL SECTORUL 1

# Strategie sector
# Piețe Agroalim
# Sectorul 1

Etapa 1

Structurarea unei strategii pentru piețele agroalimentare din Sectorul 1 este o parte din strategia complexă a sectorului alimentar local, care include toate componentele, de la cadru de reglementare, productie, transport și depozitare, distribuție, vânzare, procesare, educație, cultură și societate, comunicare, turism și tehnologie.

În mod optim, subiectul strategiei va fi susținut de coerența strategiilor la nivel individual, al organizațiilor și al comunităților. Aceste niveluri acționează și se desfășoară permament, fiind interdependente prin condiționările și rezultatele măsurilor proprii. În acest document este descrisă strategia unei organizații (Primăria Sectorului 1), cu focus pe un segment al lanțului alimentar, anume piețele agroalimentare. Însă pentru coerența demersului și fundamentarea unor obiective, măsuri, programe și proiecte, proprii și ale altor contributori instituționali, comunitari și individuali, acestea au fost încadrate și descrise ca atare.

## Analiza stării care a generat strategia

### Informațiile relevante - analiza de stare

Constatările preliminare se bazează pe analiza de teren, pe informațiile concrete primite de la autoritatea locală despre situația cadastrală și funcțională a piețelor de cartier și pe cunoașterea generală a funcționalității lanțului alimentar local.

Analiza SWOT relevă problemele și pregătește soluțiile strategiei, evaluate pe baza indicatorilor de rezultat.

### Puncte tari

- Piețele agroalimentare sunt o prioritate a administrației locale, datorită importanței lor pentru calitatea vieții în Sectorul 1
- A fost investigată și clarificată situația cadastrală și a contractelor de gestiune pentru toate piețele din sector, cu consecințe în încheierea acestora în unele cazuri
- Alături de îmbunătățiri recente în funcționarea piețelor permanente, au fost lansate piețe volante ca program pilot în majoritatea cartierelor sectorului

VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

- Degradările și distrugerile din Piața Matache au fost abordate cu celeritate, pentru punerea în siguranță a spațiului și amenajarea temporară ca spațiu public flexibil
- A fost demarat protocolul de colaborare cu Ordinul Arhitecților din România pentru concursul de soluții pentru Piața Matache
- Pieţele funcționale din sector sunt intens vizitate de cumpărători
- Pieţele volante deja organizate sunt apreciate, fiind testate toate zonele sectorului

## Oportunități (mediul extern)

- La nivel local a crescut accesul general al populației la informații legate de lanțul alimentar, alimentația sănătoasă
- Este conservată și în creștere mândria față de elemente ale lanțului alimentar: atașamentul față de vânzătorii din pieţele de cartier, calitatea produselor din regiune
- S-a intensificat popularizarea calității, diversității și tradițiilor preparatelor locale, renumele *chef*-ilor și producătorilor, prin facilitarea marketingului propriu sau acțiuni ale *influencer*-ilor din mediul digital, ceea ce a crescut atractivitatea sectorului alimentar pentru consumatorii locali și turiști, cu creșterea potențialului Bucureștiului ca destinație gastronomică (*FoodCity*).
- Au apărut organizații locale specializate în gestiunea lanțului alimentar scurt
- Pieţe din alte sectoare ale capitalei au fost reabilitate, refăcute și completate cu segmente conexe (spații ample dedicate alimentației publice)
- Sectorul privat recunoaște valoarea și potențialul gastronomic al Bucureștiului, fiind in proiect/intenție mai multe hale gastronomice (Food Halls), frecvent prezente în Europa, care integrează localuri cu renume din oraș, diversitatea alimentară etnică și culturală, rețete tradiționale și străine
- Adoptarea unui sistem local de certificare a calității segmentelor/participanților la lanțul alimentar local scurt (producători, vânzători, procesatori, magazine, cumpărători individuali și instituționali)

## Puncte slabe

- Pieţele permanente și volante actuale nu acoperă unitar teritoriul complet al Sectorului 1 la distanțe de parcurs pe jos, ca frecvență (volantele actuale), calitate, diversitate și dotări (depozitare conformă, zone de alimentație publice). Orice deplasare incomodă sau prea lungă face ca pieţele sa fie abandonate în favoarea accesării unui magazin de tip super/hipermarket.
- Starea clădirilor pieţelor este în general nemulțumitoare, fiecare având un grad de necesitate de reconfigurare sau înlocuire de la mediu spre mare.
- Nu există un concept integrat de acțiune pentru pieţele agroalimentare, pentru structurarea măsurilor și atragerea fundamentată a bugetelor necesare, publice și private
- Opțiuni limitate la comercializarea produselor brute, fără spații specializate care să atragă locuitorii și să prelungească programul de funcționare și coeziunea socială de cartier (gastro-evenimente, educație, cultură urbană, socializare, alimentație publică)
- Regulamentele de gestiune ale pieţelor (închiriere standuri, mercuriale) necesită actualizarea
- Unele produse brute vândute în pieţe nu au trasabilitate (calitate de producător local)

VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

- Cumpărătorii instituționali – firme, instituții publice, ONG-uri, care procesează alimente brute pentru cantine, produse proprii – nu cumpără din piețele agro pentru că (1) lipsește fiscalizarea produselor, (2) cantitățile livrate nu sunt constante, (3) calitatea alimentelor din piețe suferă din cauza lipsei unor depoziie conforme

### Amenințări (mediul extern)

- Piețele agro devin victimele mini/super/hiper-market-uriior – care sunt mai numeroase, accesibile și cu o ofertă de produse tot mai mare și mai ieftină
- Producătorii locali nu pot susține concomitent producția și comercializarea și nu au acces la depozite conforme în piețe, ceea îi face vulnerabili față de intermediari, care le oferă prețuri infime pentru marfa perisabilă și dificil de transportat
- Lanțul alimentar local uzual nu este coerent și complet între segmentele lui esențiale (producție, depozitare, comercializare, procesare, consum)

### Constatări preliminare

Aspectele pozitive ale stării de fapt se leagă de păstrarea atractivității piețelor ca loc social de cartier, în ciuda disparităților sociale și economice. Piețele atrag egal pe cei pentru care coșul zilnic și accesul la hrană sănătoasă se micșorează dramatic și pe cei care beneficiază de creșterea economică generală a țării si capitalei. Acest aspect susține coeziunea socială datorată piețelor agroalimentare.

Însă, paradoxal, aceste două categorii au în comun unele aspecte relevante pentru tema strategiei:

- se întâlnesc în general doar la piața agroalimentară, restul contactului fiind făcut irelevant de folosirea spațiilor publice, a infrastructurii de învățământ, a transportului în comun, etc, în logica divizării sociale foarte prezente de altfel în Sectorul 1
- accesul tuturor, indiferent de categoria socială, tot mai limitat la produse brute și prelucrate sănătoase, locale, bazate pe patrimoniul gustului. Această penurie are explicații în disfuncțiile lanțului alimentar, mai ales în verigile sale cele mai fragile – producătorii și accesul acestora neintermediat la consumatori.

## Obiective strategice ale lanțului alimentar local

Dezvoltarea sectorială pentru piețele agroalimentare are câteva obiective strategice principale, descrise în strategia sectorială și puse în aplicare de măsurile descrise în Masterplan si Planul de Acțiune.

**Obiectivele strategice supraordonate** susțin

- echitatea și bunăstarea economică și socială,
- sănătatea publică și beneficiile alimentației,
- gestiunea coerentă a lanțului alimentar,
- conștientizarea culturii alimentației - produse, rețete, localuri și evenimente
- integrarea acțiunilor administrației locale și naționale cu cele ale mediului privat – parteneriate, acțiuni complementare

VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

- atașamentul și susținerea populației față de valorile și reprezentanții lanțului alimentar local scurt.
- Dezvoltarea și promovarea Bucureștiului ca destinație gastronomică internațională, pe modelul strategic al Sectorului 1
- Integrarea în lanțul alimentar a diversității culturale regionale, etnice și internaționale a orașului

**Obiectivele operaționale** ale prezentei strategii- sunt grupate în funcție de tip și responsabilități, în 3 categorii:

A. Infrastructură
Infrastructura este susținută în special de piețele permanente si dotări conexe de depozitare și alimentație publică. Acestora se alătură piețele volante, grădinile urbane și facilități majore de depozitare și comercializare

PIEȚE - agro permanente și temporare – regulamente, renovare, extindere

- FOOD HUB S1 - Crearea unei facilități a S1 de colectare prin cumpărare, depozitare și vânzare a produselor certificate local, către terți
- GRĂDINĂRIT - Grădini mici pe sol și acoperișuri încurajate cu metodologie și regulament local de sector/capitală și Grădinărit Comunal și pedagogic – parte a proceselor de sănătate publică, învățământ și integrare socială

B. Gestiune

**Gestiune** (regulamente, certificări, organigrame, marketing)

- CERTIFICARE - Sistem de certificare locală a calității produselor locale și a producătorilor, precum și a vânzătorilor de asemenea produse
- Reglementare locală detaliată pentru hrană și deșeuri – aprovizionare, vânzare și depozitare

C. Programe

Programele care susțin lanțul alimentare local sunt publice, private și mixte. Efectele integrate ale acestora asigură dezvoltarea, atractivitatea și latura socio-culturală a producției, comercializării și prelucrării

- Sprijinul acordat rețelelor alimentare locale pe toate segmentele – promovarea de coaliții între actori cu scopuri comune.
- Priorități în parteneriate – asociații ale producătorilor, comercianților, sistemul de învățământ
- Integrarea sistemului alimentar cu gestiunea terenurilor și spațiilor, deșeurilor
- Promovarea Sectorului 1 și Bucureștiului ca destinație pentru turismul gastronomic

*O strategie integrată pentru lanțul alimentar va favoriza piețele ca și componentă esențială pentru toți cei implicați în lanțul alimentar local scurt.*

## Gestiunea strategică a piețelor

Infrastructura de bază necesară dezvoltării și susținerii lanțului alimentar scurt, din care fac parte și piețele agroalimentare, este alcătuită din dotări specifice pentru fiecare palier – depozitare-distribuție-comercializare-alimentație-educație și cultură urbană. Aceste dotări sunt descrise în Strategie, dar detaliate și în documentele conexe – Masterplan, Planul de Acțiune și Fișele de proiect.

VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

1. Organizarea pieţelor
2. Producţia reprezentată de produse şi producători
3. Infrastructura de preluare-depozitare – Food Hub S1
4. Clientela – cumpărătorii individuali instituţionali
5. Cadrul reglementărilor generale şi locale – legislaţie, politici sectoriale, ghiduri şi recomandări, sisteme locale de certificare a calităţii

Efectul integrat al fiecărui obiectiv este necesar pentru alinierea segmentelor lanţului alimentar local. Coordonarea acestui lanţ nu aparţine doar unei entităţi, contribuţiile şi responsabilităţile fiind împărtăşite de actori publici şi privaţi.

Această strategie se concentrează cu prioritate asupra actorior publici , cu precădere către administraţia locală de sector, cel mai influent actor la nivelul contactului dintre partea productivă a lanţului alimentar şi cea consumatoare. O parte semnificativă din acest contact şi care are cea mai mare nevoie de sprijin coordonat şi vizibil este cea a pieţelor agroalimentare.

Pentru a ilustra efectul la nivelul pieţelor al fiecărei componente a lanţului alimentar, este ncesară menţionarea de consideraţii şi recomandări pentru fiecare dintre acestea, cu ilustrarea relaţiilor de inter-dependenţă şi a efectului integrat benefic.

Pieţele sunt locuri de însemnătate în cartiere, care pe lângă funcţiunea de bază a aprovizionării, oferă ideintitate locală, orientare, coeziune socială, contacte personale între cumpărători şi vânzători, polarizare economică şi memorie colectivă. Pieţele se califică în întregime ca „locuri terţe", de mare importanţă pentru calitatea vieţii urbane. Locurile terţe sunt cele care nu asigura funcţiuni primare (locuit, muncă), însă asigură servicii şi vitalitate socială.

## 1. Organizarea pieţelor

Amplasamentele actuale ale pieţelor actuale sunt rareori cele istorice, ele au fost reaşezate o dată cu construirea cartierelor de blocuri. In general pieţele planificate sunt organizate în jurul unei hale de vânzare, acoperită, cu sectoare distincte pentru legume, lactate şi carne. Aceste pieţe sunt cele care au ce mai mare polarizare la nivelul cartierelor, fiind poli economici si sociali. De cele mai multe ori comerţul de alimente se desfăşoară şi în afara suprafeţelor interioare şi exterioare prestabilite, la nivel informal.

Pieţele Bucureştiului, deci şi ale Sectorului 1 sunt dedicate exclusiv vânzării produselor, la tarabe şi standuri deschise pentru legume, fructe, flori şi ierburi şi în standuri închise şi climatizate pentru lactate şi carne. Unele pieţe au standuri pentru alimentaţie publică, fără ca acestea să fi produs o zona de socializare comună sau legată de piaţă.

Complementare pieţelor permanente sunt **pieţele volante**. Acestea din urmă au un capitol dedicat în strategie. Dinamica locaţiilor, a producătorilor şi a orarului le face să fie organizate diferit, însă rolul lor primar direct este acela de a suplini asenţa pieţelor permanente (dificil de organizat din lipsa de spaţiu construit sau din cauza dispariţiei în timp prin tranzactii imobiliare).

Recomandările generale din acest raport se referă la pieţele permanente, pentru fiecare piaţă fiind elaborată o fişă distinctă, care conţine consideraţii specifice.

VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

- Restructurarea zonei de vânzare pentru a crea fluxuri mai fluente pentru cumpărători, asigurarea unui parcurs cu vizibilitate și claritate
- Asigurarea unor zone de alimentație publică și socializare
- Revizuirea regulamentelor de acces pentru vânzători și a mercurialelor de prețuri.

2. Producția reprezentată de produse și producători

Deși autoritățile locale care administrează piețele nu au responsabilități directe legate de segmentul productiv, regulamentele de acces în piețe pentru vânzători și mai ales partea de promovare-certificare influențează direct modul si calitatea producției.

3. Infrastructura de preluare-depozitare

Pentru a-și asigura o poziție decisivă în reglarea calității lanțului alimentar local, primăria poate organiza propria infrastructură de preluare-depozitare-vânzare pentru produsele și producătorii locali. Această infrastructură există deja în zona privată din București și în zona publică în alte orașe.

Este vorba de un centru (denumit **FoodHubS1**) poziționat în zona periferică, cu acces auto bun, unde producătorii locali pot vinde marfa, aceasta să fie depozitată în bune condiții. Această marfă poate fi apoi cumpărată fiscalizat de cumpărători individuali (vânzători în piețe) dar mai ales de clienți instituționali.
Acest tip de instituție presupune un efort de organizare, însă efectul este decisiv în reglaraea calității si scurtarea lanțului alimentar local.

4. Clientela – cumpărătorii individuali și instituționali

Momentan există încă o apetență deosebită pentru produsele locale din partea cumpărătorilor individuali, care se simt atașați de piețe și „piețari".
Lor le urmează doar parțial cumpărătorii avizați, din care distingem zona horeca.
Însă lipsa de fiscalizare și incapacitatea de a găsi produse similare în cantitati mai mari sunt piedicireale.
Cumpărătorii instituționali însă lipsesc, în special din cauze similare. Acestia pot deveni clienți fideli si de cantitate, fiind direct sprijiniți de acel FoodHub menționat mai sus.

5. Cadrul reglementărilor generale și locale

- legislație
- politici sectoriale
- ghiduri și recomandări – grădini pedagogice, școlare și extrașcolare
- sisteme locale de certificare a calității
- regulamente de urbanism – pentru grădinărit urban și utilizarea acoperișurilor-terasă

## Programe locale complementare organizării piețelor

VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

**Lecții pentru tineri sau noii bucătari** - primele rețete gătite nu se uită niciodată!

**Recunoaște-ți legumele, ierburile și fructele!** - colțul copiilor în fiecare piață

**Lucru într-o grădină reală**, pus mâna la lucru și discutat cu grădinarul local

**Scăderea costurilor de transport și vizitarea la locul producției** - pick&buy

**Redescoperă moștenirea gastronomică** (mai mult decât mici, pastramă, etc.)

**Ingrediente locale crescute sănătos** - ca regulă și produse de bază pe tot lanțul

**Combaterea risipei și deșeurilor alimentare**, a distribuția mâncării nevândute

**Susținerea unui lanț alimentar local puternic**, clienți fideli ai producătorilor locali

**City Label - București Oraș Gastronomic** (distincție doar pentru orașe evoluate)

**Dezvoltare multi-sectorială** între ferme, evenimente sociale și culturale, agroturism

**Promovarea evenimentelor gastronomice naționale și internaționale corelate cu ingrediente și produse locale**

# Prevederi pentru piețele agroalimentare de sector

## Zonificarea funcțională în locații

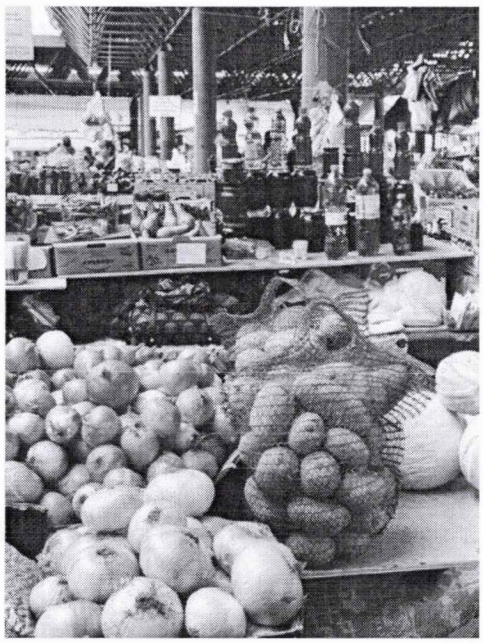
Locațiile pentru piețe permanente și propuneri de piețe temporare volante vor fi subiectul detalierii pe bază de fișe de locație, însă în faza preliminară se pot stabili aspecte comune ale strategiei viitoare, bazată pe analiza de stare.

- Piețele permanente și volante trebuie puse în focus prin propuneri detaliate pentru fiecare locație și stabilirea pe baza unei fișe de piață a priorităților de intervenție.
- Interesul cetățenilor este prezent și constant pentru piețe, el trebuie stabilizat si dezvoltat prin creșterea calității ai accesibilității ofertei.
- Piețele volante au o revenire favorabilă, vor suplini prin flexibilitate si dinamism ceea ce piețele permanente nu mai reușesc
- Strategia de sistem este în pregătire, pentru a asigura cadrul de relații dintre producători-comercianți-horeca-cetățeni-administrație
- Grădinile private și comunitare sunt un vehicul optim suport pentru piețe, pe lângă avantajele majore descrise anterior
- Permisivități și favorizări funcțional-urbanistice pentru zone cu grădini de lot comunitare și încurajarea grădinilor de lot individual
- Grădinăritul este o ocupație activă, dar și folositoare și sustenabilă, care este în primul rând un supliment de subzistență și hobby, nu afacere
- Efect climatic pozitiv pentru neutralitate climatică, prin desigilarea solului, de orice fel, inclusiv prin grădini de toate felurile

VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

- Nevoie de dezvoltare și reglementare locală pe planuri multiple, dar unite printr-o singură strategie. Domeniile relevante se referă la urbanism, mediu, sănătate publică, taxare locală.

Vânzătorii-producători sunt o prezență tot mai rară în piețe, dar sprijinirea lor se face în întreg lanțul alimentar, nu doar prin condițiile din piețe. Condițiile demografice și familiale permit tot mai greu prezența unui membru al familiei care să asigure vânzarea zilnică în piețe. Preluarea acestui rol a fost în mod tradițional asigurată și de vânzători-intermediari.



## Potențialul Bucureștiului de a deveni *Food City*

*Plasarea pe harta gastronomică internațională se sprijină pe lanțul local autentic*

O strategie de sistem în jurul ingredientelor naționale cu calitate verificată, utilizate local în rețetele tradiționale românești și internaționale se bazează pe o sintagmă simplă: **Gustul este patrimoniu!**

O comunitate sănătoasă, curioasă și conștientă cultural, care gătește cu pasiune, produce cele mai bune orgolii în a cunoaște, transmite și beneficia de recunoașterea rezidenților și vizitatorilor ca stație de neratat pe harta gastronomică continentală.

Un oraș poate fi deschis și avansat gastronomic doar prin cunoașterea sistemului de valori din întregul lanț alimentar local și al peisajelor productive și culturale, de integrarea conștientă a producătorilor și produselor lor autentice, a rețetelor încă vii sau dispărute ale generațiilor trecute și a creativității celor care le gătesc – de la Chef la anonimul din bucătăria sa de la bloc.

VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

## Spațiu de acțiune și actori relevanți

**Pieţele agroalimentare** - en gros si en detail – zona cea mai activă și intimă de contact între verigile cele mai sensibile ale lanțului alimentar – producători, cumpărători

**Grădini, ferme și vii din proximitate** - o rețea tot mai densă și activă de producție dar și pentru agroturism

**Școli, food-cluburi & ong-uri dedicate** – puncte de transmitere a cunoștințelor, a moștenirii culturale specifice a lanțului alimentar și a practicii de învățare

**Sectorul horeca local** – în curs de coagulare și organizare pentru protejarea intereselor legitime, în fața recesiunii și amenințărilor economice dar si culturale.

**Administrația locală și națională** – tot mai conștientă și decisă să acționeze pentru relegarea lanțului alimentar scurt și sănătos, în interes public

## Pieţele - hub-uri social-culturale și de sănătate

Pieţele agroalimentare sunt elemente cheie în lanțul alimentar local, plăci turnante pentru cultura gastronomică, marfă, contact social și coagulare comunitară. Acestea activează direct următoarele componente:

**Cumpărături** - alimente proaspete și autentice, bonus cu aflarea unor detalii legate de producție si mai ales de prelucrarea produselor (rețete)

**Învățare** – bio-știința hranei și efortul de a o produce, procesa și promova, rețete autentice

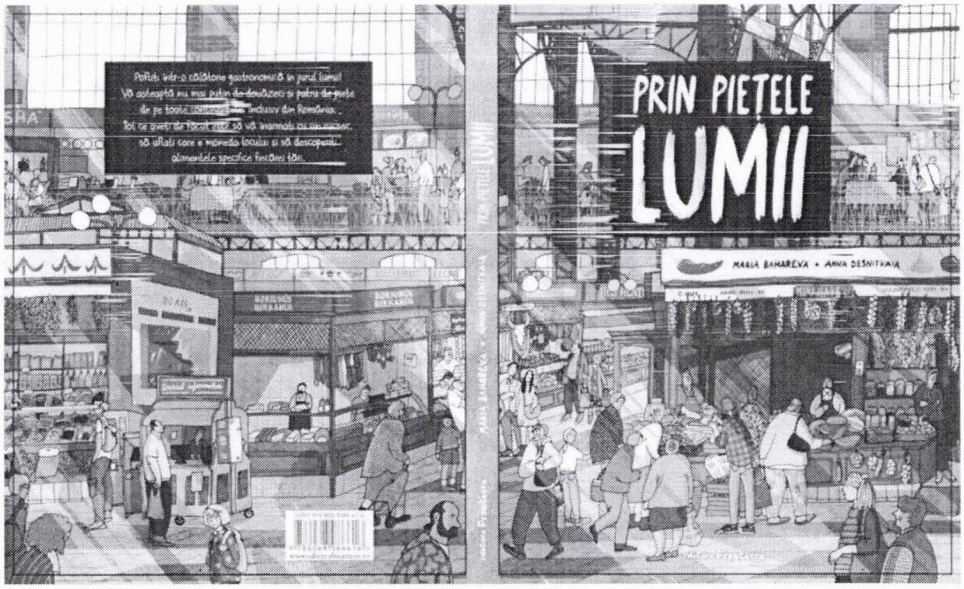
**Socializare** - schimb direct de cunoștințe cu cultivatori, crescători și alți cumpărători, socializare și dezvoltarea capacităților de comunicare directă (o temă relevantă negativ pentru generațiile tinere, care preferă cumpărătura cu cardul sau online pentru evitarea contactului uman verbal)

**Gătit și mâncat** - devino un Bucătar pentru tine, familie și prieteni, prin transmiterea rețetelor, a ponturilor de gătit, a sfaturilor remarcabile ale celor mai vestiți Chefs.

**Cultură Urbană** - evenimente pentru a arăta istoricul alimentar al orașelor (oameni, locuri, produse și rețete) - filme, discuții, expoziții

**Moștenire - Gustul ca patrimoniu comun, pieţele ca și călătorie culturală**

VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL




## Grădini și ferme - peisaje productive valoroase

**Economia antreprenorială mică și familială** - forța de muncă locală, beneficii directe

**Legume, carne, lactate, fructe și ierburi** - proaspete sau procesate, autentice

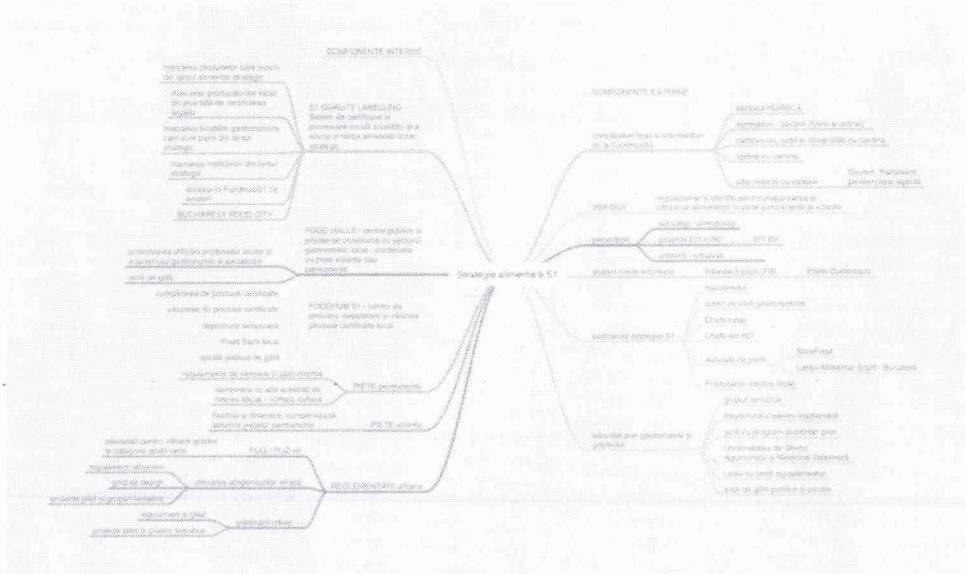
**Suprafețele nesigilate** - reduc căldura urbană + multiple beneficii pentru biodiversitate

**Procesare după rețete locale** - păstrarea la producător a valorii adăugate și profitului

**Coalizarea orașului și a teritoriului în jurul hranei, a lanțului alimentar scurt**

**Grădinărit Urban** - angajament colectiv între administrație și rezidenți, transfer cultural, utilizare temporară a terenurilor

**Fermele și grădinile** - calitate pe toți cei 4 piloni: social, economic, mediu și cultură



VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

## Certificare locală de calitate în sprijinul pentru hrana produsă aproape

Lanțul alimentar are nevoie de sprijin in toate segmentele sale. Chiar dacă prezenta strategie se referă la piețele agroalimentare, relevanța acestora este sprijinită și de actorii relevanți legați de hrana urbană.

**Producători** = angajatori dedicați locurilor de muncă locale și meșteșugului

**Cumpărători** - conștienți de valorile lanțului scurt, din fermă spre farfurie

**Eco-sistemul de afaceri** - impuls regional în agro-tourism + producție + HoReCa. Rețeaua locală de producători și comercianți, Food hubs, băcănii și școli de gătit, food influencers

**Cercetare aplicată** - Universități (agronomie, științele vieții, sociologie, economie, urbanism), cercetători culturali

**Gastronomia locală ca marcă** - restaurantele dedicate ***locavorism-ului*** folosesc produsele locale de bună calitate, controlate și disponibile constant. Clientela lor sprijină deja cu mândrie folosirea produselor locale și redevin clienți ai piețelor și băcăniilor cu produse „corecte".

**Administrațiile locale și națională** - leagă teritoriul prin hrană, cu afaceri, cultură și cetățeni, prin strategii, programe, facilități și proiecte locale

**Școli și cluburi cu grădini proprii** – pentru efectul maxim de învățare prin propria practică – învățat, plantat, îngrijit, recoltat, gătit.

**Flux de cunoștințe** - tradițiile sunt transmise prin contact direct cu purtătorii lor

**Atașamentul emoțional** față de munca proprie și rezultatul creșterii legumelor

**Înțelegerea întregului** proces al producției hranei - experiențe tematice

**Adoptarea obiceiurilor sănătoase** într-un mod mai eficient, pe care le duci acasă



VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

## Bune practici din alte orașe

Strategiile alimentare din Europa sunt cu precădere elaborate la nivel local (pentru orase si zone metropolitane) sau pentru regiuni cu caracter unitar din punct de vedere gastro-cultural și economic. Această concentrare pe zonele de acțiune și gestiune, cu suficient teritoriu „arondat" le permite gradul maxim de eficiență în deservirea consumatorilor și în sprijinul producătorilor, prin susținerea calității zonelor de desfacere.
Strategiile alimentare se bazează și pe coordonarea teritorială, utilizarea terenurilor, agricultura urbană și o perspectivă integrată a peisajului urban productiv.

## O asumare concomitentă, conștientă și eficientă

Transformarea Bucureștiului prin îmbunătățirea lanțului său alimentar nu este legată doar de alimente, ci are efecte profunde pe verticală și orizontală în economia locală regională, în piața muncii, în beneficii directe și indirecte. Dar mai ales creează în societate o rețea de locuri, un limbaj comun între locuitori și vizitatori, aduce speranță și coeziune socială, leagă învățarea cunoștințelor și responsabilitate.




## Cum devine București un *food city*?

Profilul gastronomic al orașului se bazează concomitent pe păstrarea și interpretarea tradițiilor românești, cât și pe dezvoltarea cosmopolită. În ultimii 10 ani dezvoltarea sectorului gastronomic a fost exponențială, atrăgând un segment social semnificativ în a identifica valoarea produsului final, a celor care îl produc și în acest fel de a fi mai apropiați si de partea productivă.

Hrana devine un vehicul cultural asumat și recunoscut, care va fi sprijinit activ in mai multe planuri paralele: cadru de reglementare, infrastructură publică, comunicare și agregare sectorială

- dezvoltarea unei politici locale pentru hrană pe lanțul alimentar scurt

VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

- promovarea unui pact nescris în societate pentru calitate și sprijin activ

- Primăria își asumă un rol de actor activ, integrator și conștient

- Se realizează o piață de gros publică pentru intermediere de produse certificate

- Se dezvoltă un sistem de certificare locală de calitate pentru tot lanțul scurt

- moștenirea culturală culinară devine o valoare căutată nu doar de turiști ci prețuită de bucureșteni, accesibilă în tot lanțul alimentar, de la producători, piețe și prelucrători gastronomici de toate nivelurile, de la cantinele instituțiilor la restaurantele conduse de chefs celebri.




## COMPONENTA SOCIALĂ ȘI CULTURALĂ A PIEȚELOR ȘI OBIECTIVELOR GASTRONOMICE

Pentru ca piețele să (re)devină locuri sociale importante în infrastructura urbană, nu este suficient ca doar condițiile sanitare și de curățenie si confort minimal să fie îmbunătățite. Pentru ancorarea energiei sociale inepuizabilă, adusă de cumpărători și vânzători deopotrivă, este nevoie de design îmbunătățit la nivelul clădirilor piețelor, desigur, dar si la cel al spațiului urban adiacent.

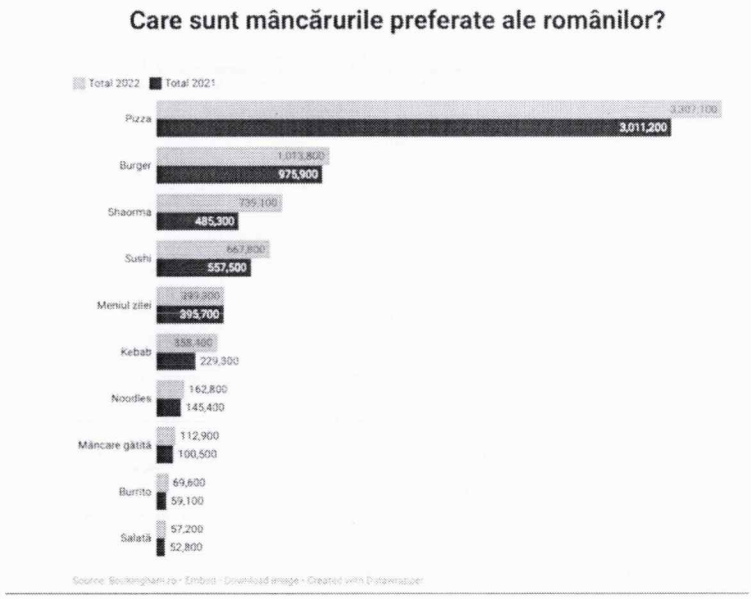
Este nevoie de acceptarea piețelor ca poli catalizatori din punct de vedere social, cultural și economic, pe o perioadă care depășește cu mult orarul de funcționare propriu-zis. Contactul social este deosebit de important pentru toate grupele de vârstă, dar mai ales pentru tineri si vârstnici. Unde să se întâlnească mai bine decât în jurul piețelor? Această extindere de activitate și vitalitate vor duce și la creșterea nivelului siguranță publică în jurul piețelor, care



VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

momentan nu sunt atractive și uneori nici suficient de sigure, fiind locuri insalubre si părăsite în afara orarului de funcționare, prea scurt.

Pieţele pot deveni locuri sociale prin permisiunea si dezvoltarea de afaceri gastronomice adiacente, in cel mai bun caz direct în clădirile pieţelor, nu doar in contextul urban imediat. Pieţele pot fi si spaţii culturale, pentru cultura urbană generală și cea gastronomică, Spaţii pentru învăţarea gătitului, bucătării deschise pentru adulţi și copii care doresc să învețe dar și să comunica unii cu ceilalţi.
Pieţele pot fi spaţii pentru educaţie, pentru înţelegerea și respectarea lanţului alimentar scurt, pentru înţelegerea efortului și dificultăţilor celor care alcătuiesc acest lanţ. Spaţii expoziţionale, multifuncţionale, pentru întâlniri civice și dezbateri vor creşte varietatea de vizitatori și activităţi.




**Cunoașterea participanților la lanțul alimentar scurt și înțelegerea funcționării acestuia, optim o cunoaștere personală, vor crește emoția și atașamentul indispensabil pentru a continua comerțul la piețe și contactul social și cultural. Doar aceste ingrediente vor putea combate creșterea prețurilor, concurența acerbă a supermarketurilor, lipsa de susținere și a strategiei publică pentru lanțurile alimentare. Atașamentul și relațiile personale, calitatea timpului petrecut și oferta diversă de activități din jurul piețelor vor continua să atragă cumpărători.**

Toate aceste măsuri, din punct de vedere istoric, restituie pieţelor si spaţiilor lor publice rolul istoric pe care l-au avut multe secole, acela de loc principal de interes pentru locuitori. Progresul modern de care ne bucurăm le-a transformat în furnizori intermediari de servicii comerciale, si acelea parţiale și de calitate fluctuantă.

Această moștenire, încă vie, a rețetelor și a ingredientelor, are o importantă componentă culturală, **gustul fiind patrimoniu**. Felul în care mâncăm, cumpărăm și gătim este o parte a identității și a capacității de relaționare cu teritoriile vecine, în care regăsim cu plăcere și surpriză rețete pe care le considerăm ca fiind „românești". Acest mod de a privi hrana este un vehicul cultural și de învățare pe care orașele îl pot sprijini activ prin infrastructura fizică (piețe, grădini urbane, scoli de gătit) dar și prin promovare, catalizare, acțiuni culturale sau educative.

Pentru a participa activ și a contribui la caracterul cosmopolit al Bucureștiului, lanțul alimentar poate include si particularitățile minorităților rezidente, care deja se manifestă în capătul comercial și gastronomic local, pentru satisfacerea propriilor nevoi dar și atrăgând public autohton.

În concluzie, susținerea lanțului alimentar scurt și a piețelor agroalimentare ca placă turnantă a acestuia, trebuie ca elementele obiective, cuantificabile – reprezentate prin regulamente, norme, proiecte, standarde – să fie complementate permanent de elemente subiective, care au o contribuție esențială la rolul piețelor. Acestea sunt de multe ori emoții și sentimente, de exemplu mândria față de produse tradiționale, rețele și gătitul din familie, conștiința alimentației corecte, atașamentul personal față de vânzători și producători crescut prin rutine mersului la piață ca parcurs în vecinătate, socializare și polarizarea vieții în cartier.

**Montag Studio**
Eugen Pănescu - arhitect si urbanist
2025, București

VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

ANEXA NR 2

ANEXĂ LA HOTĂRÂREA CONSILIULUI LOCAL AL SECTORULUI 1
Nr. 239 / 05 AUG 2026
Anexa Nr. 2
PREȘEDINTE DE ȘEDINȚĂ
MĂDĂLINA DUȚĂ-TRACHE

# MASTERPLAN
# Piețe Agroalimentare Sectorul 1

Etapa 2

MUNICIPIUL BUCUREȘTI CONSILIUL LOCAL SECTORUL 1

## Dezvoltare eficientă pentru piețele de sector

Masterplanul detaliază Strategia piețelor agroalimentare și a lanțului alimentar local cu proiecte propriu-zise. Aceste proiecte sunt cuprinse în Planul de Acțiune și în Fișele de piețe, stabilind priorități și ierarhii în demararea și implementare. Pe baza Masterplanului, a Planului de acțiune și a Fișelor de proiect se pot demara acțiuni la nivel de sector pentru achiziția serviciilor specializate de proiectare complexă pentru reconfigurarea piețelor. Altă categorie de servicii sunt cele de design de comunicare si design grafic. Pe baza unor criterii de calitate se poate continua cu achiziția de produse.

## Componentele principale ale masterplanului

Dezvoltarea sectorială pentru ecosistemul agroalimentar se bazează pe câteva componente principale, cele care acoperă și susțin întregul lanț alimentar local, cu concentrare pe produselor si producătorilor, pe cumpărători și administrația locală, considerând piețele ca o placă turnantă pentru produse și toate interesele legate de acestea.

Componente fizice:

- Infrastructura de comercializare - Piețele permanente și piețele volante
- Infrastructura de consum - Facilități gastro – FoodHalls, Foodcourt in piețele permanente
- Infrastructura de preluare-depozitare – centrul Food Hub S1
- Infrastructura de producție si educație – grădini educative și comunitare

Componente administrative:

- Programe de cooperare și parteneriate
- Sistem local de certificare a calității în Sectorul1
- Reglementări – regulamente locale, fișe de calitate, manual de identitate grafică, manual de comunicare, legislație, politici sectoriale, ghiduri și recomandări.

### 1. Infrastructura de comercializare – piețe permanente și volante

Fiecare **piață permanentă** este detaliată într-o fișă distinctă, care conține considerații specifice de strare, obiective și acțiuni.

Aspecte comune pentru piețele permanente sunt:

- Restructurarea zonei de vânzare pentru a crea fluxuri mai fluente pentru cumpărători, asigurarea unui parcurs cu vizibilitate și claritate

VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

- Asigurarea unor zone de alimentație publică și socializare
- Revizuirea regulamentelor de acces pentru vânzători și a mercurialelor de prețuri.

Prioritatea de intervenție este ilustrată și în Planul de Acțiune, dar justificată și în cadrul prezentului Masterplanul. Stabilirea priorităților a ținut seama de mai multe criterii în mod concomitent:

- Starea actuală a piețelor
- Dimensiunea piețelor
- Rolul piețelor în zonă/sector
- Prezența piețelor în memoria colectivă, renumele acestora

Pe baza acestor criterii, au fost alese ca prioritare acele piețe care sunt în stare nemulțumitoare (fizică, finisaje, confortul utilizării, curățenie și condiții sanitare), cele care sunt de mare dimensiune, sunt foarte cunoscute și acoperă o zonă semnificativă din sector sau sectoarele vecine. De asemenea au fost alese piețe care ar trebui sa deservească cartiere periferice sau deservesc deja cartiere mari.

**Piețele permanente prioritare** pentru pentru intervențiii de modernizare, construire și gestiune sunt enumerate fără să fie o ordine în abordare între ele.

Piața Matache – intervenție prioritară și permanentă, cu reconfigurarea întregii zone aferente pieței, construirea unor hale noi si intreoducerea unor funcțiuni complementare. Datorită complexității intervenției și a selecției prin concurs de soluții a unei soluții de reconfigurare, se prevede o intervenție etapizată, cu amenajarea spațiului eliberat după dezafectarea unei hale si a cioșcurilor comerciale, precum și a demolării Halei istorice Matache.
Hala rămasă se poate trata ca intervenție temporară prin modernizare, la nivel de instalații și fațade.

Piața 16 Februarie – intervenție prioritară și permanentă, cu reconfigurarea pieței actuale, prin dezafectarea corpurilor existente, în special cele construite fără forme legale. Se prevede construire aunei hale noi, cu depozite conforme și funcțiuni conexe. Intervenția poate fi efectuată în etape, dată fiind complexitatea proiectului si suprafața mare a pieței.

Piața Aviației – intervenție prioritară și permanentă, cu dezafectarea construcțiilor existente si constuirea unei hale noi, cu depozite și deservită de o parcare și zona de depozitare conformă.

Piața Domenii – intervenție prioritară cu păstrarea pieței cu reconfigurare a corpurilor de vânzare (hala) si magazine. Datorită dimensiunii seminificative a pieței si rolului acesteia în cartier, intervenția poate fi etapizată, în corelare cu regimul proprietății diferitelor corpuri de clădire.

Piața 1 Mai – reconfigurarea zonei pieței cu reconstruirea parțială a halei pieței, pentru acomodarea vânzării la standarde superioare și dezvoltarea unei zone de socializare.

**Piețele cu prioritate medie de intervenție** sunt de importanță locală pentru zona de proximitate, au dimensiune medie sau mică.

VIZAT
spre neschimbare

Piața Dorobanților - intervenție de dimensiune mică prin re-amenajare, datorită dimensiunii reduse a spațiilor în adminsitrare publică și a dezvoltării serviciilor de deservire alimentară din zonă, precum si a amplasării unei piețe volante în proximitate. Spațiile rămase se pot adminsitra în asociere sau concesiune pentru funcțiuni conexe lanțului alimentar local.

Piața Pajura – intervenție de reconfigurare prin înlocuirea clădirilor existente și conectarea la spațiile comerciale private pentru un proiect unitar.

Piața 3 Februarie – intereventie de reconfigurare pentru acomodarea vânzării de alimente, evential în regim săptămânal de piață volantă si cu amenajarea de facilități pentru vecinătate (bucătărie comunitară).

Câtorva piețe li s-a schimbat în timp situația și pot fi alocate strategic altor utilizări sau desființate, putând fi suplinite de piețe volante în vecinătate:

Piața Mureș – clădirea existentă este împărțită de un supermarket și un viitor centru pentru cetățeni și birouri ale primăriei de sector, care vor rezolva toate nevoile cetățenilor din sector.

Piața Amzei – clădirea existentă, care nu a fost folosită niciodată pentru scopul ei initial de piață agroalimentară, a primit doar comerț conjuncutral de mică dimensiune și utilizări temporare pentru evenimente culturale. O dată cu reconfigurarea clădirii centrale a primăriei ca si co-working cultural și profesional, clădirea pieței va fi alocată unui centru permanent de artă. Deservireea zonei cu alimente va fi făcută cu piața volantă in Piața Amzei.

Piața Aurel Vlaicu – alipierea pieței de o școală foarte solicitată și cu lipsă de spațiu pentru o extindere a dus la evaluarea necesității păstrării pieței în această locație, cu concluzia alocării terenului pieței pentru extinderea școlii.



**Piețele volante.** Flexiblitatea este o caracteristică principală, fiind adaptabile ca dimensiune, sezon, locație si frecvență.

Dinamica locațiilor, a producătorilor și a orarului le face să fie organizate diferit în spațiul disponibil. Toate au însă tipuri comune de zone, cu posibilitatea de extindere si adaptare: zone tarabelor pentru comercianți, zona de alimentație publică, a depozitării/parcării comercianților și zona de toaletă publică temporară.

VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

Pentru fiecare poziție din etapa 2025 fiind elaborată o Schiță de amplasament cu detalierea standurilor si a facilităților necesare bunei funcționări.

Volanta Banu Manta – a fost prima piață pilot și cea mai des amenajată ca atare.

Volanta Amzei – utilizează spațiul public intens utilizat și suplinește spațiile unei piețe permanente.

Volanta Walter Mărăcineanu/Cișmigiu – utilizează un rond cu rol de parcare, cu un bun acces pietonal.

Volanta Moraru Octavian (Beller) -

Volanta N. Caramfil / Burileanu

Volanta Henri Coandă

Volanta Banul Antonache/ Floreasca Automatica Park

Volanta București Noi / Teatrul Masca

Volanta str. Hrisovului

Volanta Pajurei

Volanta Piața Romana (scuar Tache Ionescu)

Piețele volante au fost organizate săptămânal în o locație dintre cele de mai sus în sector, unele fiind organizate de mai multe ori, în funcție de solicitări ale locuitorilor din respectivele zine, ale comercianților, în funcție de sezon si condiții meteo.

Selecția comercianților a fost făcută în colaborare cu Ministerul Agriculturii, aceștia fiind selectați dintr-o grupă de producătoiri atestați de către Minister.

Pentru primele piețe au fost selectați comercianți atestați care oferă o mare diversitate de produse brute si preparate, cu acoperire națională. Pe măsură ce piețele volante vor intra în circuitul public uzual, pozițiile acestora vor deveni stabile prin testare și nivelul de organizare va crește suficient pentru a le putea organiza în aceleași locații cu o frecvență mai mare (săptămânal sau bilunar), va fi necesară și binevenită cooptarea producătorilor și comercianților locali din regiune (Ilfov și județele adiacente), pentru a susține mai puternic lanțul alimentar scurt.

2. Infrastructura de consum – Foodhalls și Foodcourts

   Aceste tipuri de facilități sunt în general operate în sistem privat și atrag public pentru varietatea gastronomică (specifică orașului) și vitalitatea socială și culturală. De cele mai multe ori utilizeaza și repun în circuitul utilizării clădiri abandonate, prin operațiuni de regenerare urbană.

   Modul în care aceste facilități nu sunt doar o alăturare de tip foodcourt de shopping mall, ci sunt încurajate să conecteze restaurante/chefs locali, rețete tradiționale și cosmopolite va duce la creșterea afecțiunii pentru lanțul alimentar.

3. Infrastructura de preluare-depozitare - FoodHub

   FOOD HUB S1 - Crearea unei facilități a S1 de colectare prin cumpărare, depozitare și vânzare a produselor certificate local, către terți

VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

Pentru a-și asigura o poziție decisivă în reglarea calității lanțului alimentar local, primăria poate organiza propria infrastructură de preluare-depozitare-vânzare pentru produsele și producătorii locali. Această infrastructură există deja în zona privată din București și în zona publică în alte orașe.

Este vorba de un centru (denumit **FoodHubS1**) poziționat în zona periferică, cu acces auto bun si eventual feroviar, unde producătorii locali pot vinde marfa, aceasta să fie depozitată în bune condiții. Această marfă poate fi apoi cumpărată fiscalizat de cumpărători individuali (vânzători în piețe) dar mai ales de clienți instituționali. Acest tip de instituție presupune un efort de organizare, însă efectul este decisiv în reglaraea calității si scurtarea lanțului alimentar local.

4. Infrastructura de producție și educație – grădini educative și comunitare la sol și pe terasele clădirilor, bucătării comunitare

- GRĂDINĂRIT - Grădini mici pe sol și acoperișuri încurajate cu metodologie și regulament local de sector/capitală și Grădinărit Comunal și pedagogic

Grădinile comunitare sunt o bună modalitate de utilizare a terenurilor latente, în special în proprietate publică. Această utilizare poate avea și caracter temporar.

Se asemenea se încurajează grădinărilor private, chiar dacă sunt de dimensiuni mici.

Grădinăritul urban nu are ca țintă principală producția de alimente, ci rolul acestora în procesele de creștere a sănătații publice (fizică și mentală), învățământ și conexiuni cuturale, precum și coeziune socială între generații

5. Programe locale de cooperare

Sprijinul acordat rețelelor alimentare locale pe toate segmentele – promovarea de coaliții între actori cu scopuri comune.
Acest tip de cooperare este cel mai putin cunoscut, încurajat și eficient, în ciuda progresului recent al fiecărui potențial participant.
Parteneriatele locale potențează efectul asupra lanțului alimentar prin utilizarea produselor locale, a educației alimentare, a progresului cultural și social.

**Lecții pentru tineri sau noii bucătari** - primele rețete gătite nu se uită niciodată!

**Recunoaște-ți legumele, ierburile și fructele!** - colțul copiilor în fiecare piață

**Lucru într-o grădină reală**, pus mâna la lucru și discutat cu grădinarul local

**Scăderea costurilor de transport și vizitarea la locul producției** - pick&buy

**Redescoperă moștenirea gastronomică** (mai mult decât mici, pastramă, etc.)

**Ingrediente locale crescute sănătos** - ca regulă și produse de bază pe tot lanțul

**Combaterea risipei și deșeurilor alimentare**, a distribuția mâncării nevândute

**Susținerea unui lanț alimentar local puternic**, clienți fideli ai producătorilor locali

**City Label - București Oraș Gastronomic** (distincție doar pentru orașe evoluate)

**Dezvoltare multi-sectorială** între ferme, evenimente sociale și culturale, agroturism

**Promovarea evenimentelor gastronomice naționale și internaționale corelate cu ingrediente și produse locale**

VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

6. Sistem local de certificare a calității in Sectorul 1 – Quality Label

- Sistem de certificare locală a calității produselor locale și a producătorilor, precum și a vânzătorilor de asemenea a locațiilor cu calitate certificată din lanțul alimentare (producție, educație, comercializare)
  Pe baza unui set de indicatori se pot atrage prin această distincție locală rezultate măsurabile în comercializarea produselor locale, vizibilitatea locațiilor și mândrisa și atașamentul cetățenilor participanți activi în creșterea și protejarea lanțului alimentar local.

7. Reglementări locale

Reglementare locală detaliată pentru hrană și deșeuri – aprovizionare și depozitare, pe baza legislației existente.
Aceste regulamente sunt detalieri si aplicări a legislației naționale actuale.

- Aplicarea legislației actuale cu detalieri și norme locale
- politici sectoriale pentru segmentele lanțului alimentar
- ghiduri și recomandări – grădini pedagogice, școlare și extrașcolare
- sisteme locale de certificare a calității
- Caiet de standarde de design pentru mobilarea piețelor permanente fișe de obiecte pentru mobilarea piețelor - Realizarea unei colecții de modele pentru fundamentarea achizițiilor publice, pe baza de fișă generală de obiect si indicatorii de calitate aferenți. Categoriile vizate includ tarabe/mese de vânzare, iluminat interior si exterior (arhitectural), coșuri pentru deșeuri, scaune și bănci de șezut interioare și exterioare, panouri de afișaj
- Manual de identitate grafică - cromatică, fonturi, sigle si ideograme
- Manual de comunicare și interacțiune cu stakeholder-ii
- regulamente de urbanism – pentru grădinărit urban și utilizarea acoperișurilor-terasă





VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

ANEXA NR 3

ANEXĂ LA HOTĂRÂREA CONSILIULUI LOCAL AL SECTORULUI 1
Nr. 239 din 05 AUG 2026
Anexa nr. 3
PREȘEDINTE DE ȘEDINȚĂ
RAMONA DURITEACHE

Etapa 3

# PLAN DE ACȚIUNE
# Piețe Agroalimentare
# Sectorul 1

Planul de acțiune pentru piețele agroalimentare din Sectorul 1 este o parte esențială din strategia complexă a sectorului alimentar local, care include toate componentele, de la cadru de reglementare, productie, transport și depozitare, distribuție, vânzare, procesare, educație, cultură și societate, comunicare, turism și tehnologie.

Planul de acțiune se bazează pe abordarea strategică și masterplanul pentru piețe, precum și pe particularitățile situațiilor distincte ale piețelor permanente și a celor volante.

Documentul are caracter director în cadrul Politicii Alimentare pentru Sectorul 1, cu concentrare pe piețele agroalimentare, însă cu proeicte conexe, care se bazează și catalizează efectul integrat al măsurilor si efectelor scontate.

## Preambul

**Condiții de elaborare**

Planul de acțiune pentru implementare și programul de investiții publice propuse pentru subiectul strategiei evidențiază acțiunile, denumirea investițiilor, valoarea estimată a acestora, sursele posibile de finanțare, etapizarea realizării investițiilor, stadiul implementării acestora la momentul realizării programului și părțile responsabile de implementare. Planul de Acțiune va fi actualizat cel târziu la 24 de luni, pentru a prelua și prevedea de asemenea evoluția sectorială și bugetară.

**Obiectivele Planului**

Planul de Acțiune evidențiază proiectele incluse pentru coordonarea și susținerea unui lanț alimentar local scurt, cu favorizarea interesului public, a sănătății publice generale, a beneficiilor sociale, economice, culturale și de mediu ale rezidenților Sectorului 1 și ai bucureștenilor, precum și ai producătorilor alimentari din regiunea învecinată.

Au fost avute în vedere și Obiectivele (SDG – Sustainable Development Goals) Agendei 2030 și la obiectivele Europa 2020, în măsura în care dezvoltarea durabilă și incluzivă ca rezultat al unui

VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

demers participativ la nivel de comunitate este principalul macro-obiectiv urmărit prin lista de proiecte și Planul de acțiune, precum și asigurarea unui cadru eficient și fezabil pentru protecția patrimoniului alimentar local, coroborat cu un nivel de viață mai crescut pentru locuitorii sectorului și pentru producătorii agricoli.

Planul de acțiune preia propunerile Strategiei pentru piețele agroalimentare din Sectorul 1 și le alocă bugete estimative, responsabilități si perioade generice pentru implementare.

Pianul de Acțiune este instrumentul principal de coordonare multisectorială și de pregătire a implementării de proiecte prin fonduri bugetare, fonduri structurale sau parteneriate public-private. În același timp este un instrument ce prezintă căi de monitorizare a dezvoltării sectorului specific.

**Structura Planului de Acțiune**

Structura planului este alcătuită din următoarele componente principale și are rolul de a sprijini structurile abilitate în vederea alocării resurselor necesare, a coordonării cu alte instituții implicate, a monitorizării implementării și a informării corecte asupra stadiului de implementare. Preconizând viitoarele perioade de finanțare din fonduri structurale, structura planului prevede posibilitate de a realiza integrarea și unor viitoare proiecte și oferă o perspectivă de ansamblu în vederea sprijinirii procesului de decizie cu privire la acestea.

Pentru o operaționalizare eficientă este necesară corelarea cu instrumente de management și monitorizare existente la nivel de Primărie de sector, Primărie Generală a Capitalei, Consiliu Județean Ilfov, grupuri de lucru interinstituționale care includ si ministere relevante, respectiv proceduri de raportare și ajustare în parcursul implementării.

## Lista proiectelor, perioada de implementare și responsabilitățile principale

Lista măsurilor este formată din proiecte cu impact spațial (piețele permanente și volante) precum și non-spațiale, rezultate din strategia alimentară a piețelor de sector. Aceste măsuri au fost coordonate în corelare cu strategiile și programele de la nivel municipal și sectorial, precum si regional și național.

Planul de Acțiune conține lista proiectelor pe priorități și obiective, cu ordonarea proiectelor conform perioadelor de implementare estimate, factori responsabili în implementare și parteneri recomandați.

| Denumire proiect | Descriere succintă și rezultat concret | Piața/ zona | Responsabil principal | Responsabil secundar | Documente necesare |
|---|---|---|---|---|---|
| ETAPA 1<br>TERMEN SCURT | | | | | HCL, studii și expertize, SF/DALI, PUZ, |

VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | (0-12 LUNI) | | | | | regulament de funcționare |
| *1)* | Protocol inter-instituțional<br><br>*(proiect prioritar)* | sprijinirea lanțului alimentar scurt local și conectarea lui economică, comunitară, culturală și educativă | Sector și Capitală | PS1 | Ministere de resort (agricultură, mediu, educație, cultură, etc.), Inspectoratel e sanitar-veterinare | Protocol |
| *2)* | Conectarea la portalul european EIT FOOD<br>https://www.eitfood.eu | Se urmărește importul de cunoștințe, atragerea de finanțări, conectarea mediului privat cu administrația locală, sprijinirea start-up-urilor | Sector și Capitală | PS1 | EIT Romania/EU, entitate externă cu rol de consultant | Decizie primar și protocol |
| *3)* | *Bucharest Food City,* ca city-label pentru București Oraș Gastronomic | Program local și aplicație internațională pentru profilare in rețele și evenimente de profil. Se urmărește promovarea și atragerea de turism gastronomic, precum și transferul de cunoștințe | Sector și Capitală | PS1 | entitate cu rol de consultant | HCL/Decizie primar |
| *4)* | Parteneriat local cu mediul universitar | Conectarea administrației locale cu cercetare, aplicare și dezvoltare de soluții inovatoare dpdv tehnic, social, evpnomic, de mediu și cultural-antropologice | Sector și Capitală | PS1 | Universitatea de Științe Agricole, Universitatea Tehnică și Universitatea București | HCL, protocol |
| *5)* | Piața Matache<br>*(proiect prioritar)* | Organizarea unui concurs de soluții, în vederea contractării proiectului câștigător pentru implementare<br>Fișă de proiect | Piața Matache | OAR | PS1 | HCL, relevee, studii si expertize, documentație tehnică pentru concurs |
| *6)* | Realizarea unui regulament de grădinărit urban, pentru spații publice și private | Impulsionarea grădinăritului urban ca ocupație cu efect benefic multiplu, pentru spații publice și private | Sector | PS1 | entitate cu rol de consultant | HCL, regulament grădinărit urban, studii de amplasament |

VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | *(proiect prioritar)* | | | | | |
| *7)* | *Food Board* S1 | Fondarea unui grup cu rol consultativ permanent, public-privat, pentru a evalua propuneri si proiecte specifice lanțului alimentar | Sector | PS1 | Asociații de profil, personalități locale, specialiști | HCL/Decizie primar |
| *8)* | Regulament de închiriere a spațiilor comerciale și vânzare în piețele agroalimentare permanente | revizuirea regulamentului de închiriere și vânzare în piețele agroalimentare permanente, inclusiv a mercurialului de prețuri | Sector | PS1 | Asociații de producători și comercianți | HCL, regulament local |
| *9)* | Regulament de vânzare în piețele volante | Realizarea unui regulament de vânzare în piețele volante, inclusiv a unei grile de calificare pentru vânzători (certificat de producător, vânzător atestat in sistem de calitate S1, vechime la vânzare, etc) | Sector | PS1 | PS1, DGITL | HCL, regulament local |
| *10)* | Caiet de standarde de design pentru mobilarea piețelor permanente | Realizarea unei colecții de modele pentru fundamentarea achizițiilor publice, pe baza de fișă generală de obiect si indicatorii de calitate aferenți. Categoriile vizate includ tarabe/mese de vânzare, iluminat interior si exterior (arhitectural), coșuri pentru deșeuri, scaune și bănci de șezut interioare și exterioare, panouri de afișaj, | Sector | PSI | DUPSPM | HCL/Decizie primar |
| *11)* | Manual de identitate grafică și comunicare | Stabilirea unui standard unitar pentru piețe referitor la cromatică, fonturi, sigle si ideograme | Sector | PSI | Agenție specializată | Decizie de primar |
| *12)* | Program pilot pentru amenajare de grădini | Aplicarea pe zone pilot a programelor educative de cunoaștere, moștenire | Sector | PS1 | Parteneri privati (asociații de locatari, grupuri | HCL/Decizie de primar, regulament de folosire, |

VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | comunitare pilot pe teren public<br><br>*(proiect prioritar)* | culturală si coeziune comunitară | | | civice, școli sau instituții, firme, ONG) | studii de amplasament |
| *13)* | Piețe volante de cartier<br><br>*(proiect prioritar)* | Continuarea programului pilot demarat in 2024 și extins in 2025. Fiind un program permanent pe termen lung, se va extinde pentru acoperirea integrală a cartierului, dar în special va crește in frecvență, pentru asigurarea accesului cetățenilor o dată pe săptămână la o piață volantă la o distanță de max 1,5km de casă sau loc de muncă | Sector | PS1 | producători atestați, individual sau asociați | HCL/Decizie de primar, regulament de folosire, studii de amplasament |
| *14)* | Piața Dorobanți | Integrarea in spațiile actuale a activităților cu profil gastromonic<br>Fișă de proiect | Dorobanți | PS1 / (noua) Unitate Locală de Management | Comercianți și ONG-uri | Proiet de asanare și amenajare |

| | **Denumire proiect** | **Descriere succintă și rezultat concret** | **Piața/zona vizată** | **Responsabil principal** | **Responsabil secundar** | **Documente necesare** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | ETAPA 2<br>TERMEN MEDIU<br>(1-3 ANI) | | | | | |
| *1)* | Parteneriatul local pentru Educație Alimentară | Completarea programei scolare cu dezvoltarea de activități educative suplimentare - | Sector | PS1 | Insp. Școlar București și școli private din capitală, ONG de | HCL, studii și expertize, SF/DALI, PUZ, regulament |

VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | *(proiect prioritar)* | vizite în piețe, grădinărit educativ în grădini scolare , urbane sau excursii la producători din Ilfov | | | educație agricolă și gastronomi că | de funcționare |
| *2)* | Programul local de combatere a risipei deșeurilor alimentare | | Sector | PS1 | | |
| *3)* | *Quality-Label* în Sectorul 1<br><br>*(proiect prioritar)* | Inițierea unei distincții locale în S1, pentru produsele locale de calitate (criterii) din regiune, pentru producătorii locali, pentru intermediarii locali (vânzători în piețe sau magazine/băcănii fizice agregatoare), organizatori de evenimente și activități specifice lanțului alimentar | Sector | PS1 | entitate cu rol de consultant | HCL/Decizie de primar, regulament, model de parteneriat |
| *4)* | Program de promovare a destinațiilor agro-turistice din regiune | Trasee turistice pentru activități regionale.<br>cazare și vizite/degustări la ferme, podgorii, grădini) care sunt parteneri ai lanțului alimentar local.<br><br>Creșterea cunoașterii și atașamentului față de producție<br>Scăderea costurilor de vânzare și cumpărare, prin culegere și comercializare | Sector | PS1 | Consiliul Județean Ilfov (prioritar), Dâmbovița, Călărași, Prahova, Ialomița, Giurgiu.<br><br>Asociații turistice, agricole si zootehnice<br>Camerele Județene de Comerț și Agricultură | |

VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | *(pick&buy)* la fața locului | | | | |
| *5)* | Unitatea Locală de Management<br><br>*(proiect prioritar)* | dezvoltarea unei organigrame interne in PS1 dedicate sectorului alimentar (piețe, depozite, promovare, parteneriate și acțiuni integrate cu parteneri) | Sector | PS1 | - | HCL/Decizie de primar, organigramă |
| *6)* | Program de promovare | Pentru evenimentele gastronomice – piețe speciale, târguri, trasee și excursii regionale,<br><br>Promovarea specială a partenerilor Programului Local de Calitate - *Quality Label S1* | Sector și Capitală | PS1 | entitate cu rol de consultant | Decizie de primar, plan de marketing |
| *7)* | Trasee culturale gastronomice în S1 | Trasee cultural-gastronomice, elaborate pe baza unui plan de interpretare si informare, cu vizitarea unor locuri simbolice și cunoașterea patrimoniului/moș tenirii cultural gastronomic local. | Sector | PS1 | entitate cu rol de consultant | Decizie de primar, plan de interpretare a patrimoniului cultural, gastronomic istoric si actual |
| *8)* | Dezvoltarea grădinilor comunitare<br><br>*(proiect prioritar)* | Investigarea cadastrală a spațiilor publice și private din S1 care ar putea fi amenajate ca și grădini comunitare.<br><br>Regulament de amplasare pe terasele clădirilor publice și private | Sector | PS1 | Oficiul de cadastru<br><br>Entitate consultantă | Decizie de primar<br>Studii de amplasament<br>Regulament local<br>Prevederi de preluat în PUG Capitală și PUZ-uri locale publice și private |

VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | Model-Kit de construire și îngrijire |
| *9)* | Program complex<br>*Bucharest Food City*<br>— | Prezență internațională și națională la evenimentele gastronomice de profil<br>Promovarea modelului Bucharest Food City și a modelului Sector1 (certificarea locală) și a lanțului alimentar scurt | Național și internațional | PS1<br>— | Consultant de specialitate | Decizie primar<br>Kit de prezență publică |
| *10)* | Programul<br>*Cu Copiii la piață*<br>*(proiect prioritar)* | Organizarea în piețele permanente și volante a Colțului Copiilor, cu program educativ de weekend și permanent în piețele mari, a unei bucătării educative pentru învățarea gătitului și cunoașterea alimentelor și ingredientelor.<br>Alternarea profilului gastronomic românesc tradițional cu includerea minorităților etnice și culturale | Sector | PS1 | Parteneri ONG,<br>Insp. Școlar | Decizie de primar<br>Regulament local |
| *11)* | Programul<br>*Comunități la Piață*<br>*(proiect prioritar)* | Program de contact între administrația publică și comunitatea locală în locații de interes<br>Amenajarea în piețele permanente a unui spațiu cu profil comunitar- | Sector | PS1 | Parteneri ONG,<br>Asociații și comunități locale | Decizie de primar<br>Regulament local |

VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | cultural pentru expunere de proiecte și dialog local<br>Acest spațiu este deschis comunităților locale, cetățenilor si contactului cu administrația, expunerea de produse culturale. | | | | |
| *12)* | Programul<br>*Mâncare la Piață și O masă caldă la piață*<br>*(proiecte prioritare)* | Organizarea în pieţele permanente a unor spații cu profil gastronomic autorizat, cu locuri în comun pentru servit masa, deschis permanent.<br>Spațiile se amenajează la nivelul infrastructurii de bază (branșamente) și sunt folosite pe baza de programare pentru gătit educativ sau prepararea meselor calde pentru categorii defavorizate | Sector | PS1 | Parteneri ONG,<br>Asociații și comunități locale<br>Insp. Sanitar-veterinare | Decizie de primar<br>Regulament local |
| *13)* | Banca locală de alimente – S1<br>*(proiect prioritar)* | Înființarea unei bănci locale de alimente pentru S1, dotată cu depozite conforme | Plasare autonomă, dar optimă<br>cu dotarea FoodHub S1 sau cu o piața majoră | PS1 | PS1 / (noua) Unitate Locală de Management | HCL/Decizie de primar, regulament de folosire, studii de amplasament, SF+proiect tehnic |
| *14)* | Organizarea de piețe volante de cartier in S1 | Continuarea programului pilot 2024-2025 cu creșterea frecvenței pe cartiere (optim | Sector | PS1 | Ministerul Agriculturii<br>Asociații de producători atestați | HCL/Decizie de primar, regulament de folosire, studii de amplasament |

VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1/săptămâna/carti er) | | | | |
| *15)* | Food Halls | Spații private sau publice, în care organizatorii și operatorii gastronomici locali se corelează cu lanțul alimentar local și piețele agroalimentare<br>promovează diversitatea gastronomică bucureșteană cea culturală, etnică și gastronomică.<br>Aceste spații pot fi autonome sau parte a piețelor importante (Matache, 16 Februarie) | Sector | PS1<br>Organizator privat | Operatori gastro locali<br>Parteneri in programul Quality Label S1 | SF/DALI,<br>Autorizare și Proiect tehnic |
| *16)* | Grădini Comunitare de Sector<br>*(proiect prioritar)* | Amplasare pe teren public și privat, alocate pe bază de închiriere sau concesiune.<br>Aplicarea programelor educative de moștenire culturală si coeziune comunitară.<br>Utilizarea poate fi temporară pe termen mediu. | Sector | PS1, partener de program ONG | Parteneri privati (asociații de locatari, grupuri civice, școli sau instituții, firme, ONG) | HCL, regulament de grădinărit, studii de amplasament |
| *17)* | Piața Mureș<br>*(proiect prioritar)* | Fosta hală devine centru pentru cetățeni și birouri ale PS1, supermarket și alte servicii de interes local<br>Fișă de proiect | Piața Mureș | PS1 | - | DALI/PT |
| *18)* | Piața Aurel Vlaicu | Utilizarea terenului pieței pentru extinderea școlii | Aurel Vlaicu | PS1 | Min. Educației | SF + PT |

VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | Fișă de proiect | | | | |
| *19)* Piața 3 Februarie | Transformarea pieței intr-un pol de cartier cu funcțiuni diverseservicii publice, într-un spațiu flexibil. Adiacent o piața volantă si servicii gastronomice si comerciale de profil, la scara mică a cartierului<br>Fișă de proiect | 3 Febr. | PS1 / (noua) Unitate Locală de Manageme nt | Ministerul Agriculturii<br>asociații de producători atestați<br>Parteneri in programul Quality Label S1 | DALI+PT |
| *20)* Piața Dorobanți | Integrarea in spațiile actuale a activităților cu profil gastromonic<br>Fișă de proiect | Dorobanți | PS1 / (noua) Unitate Locală de Manageme nt | ONG de cultura gastronomi că<br>Parteneri in programul Quality Label S1 | PT |
| *21)* Târg 16 Februarie | Ulterior aprobării prin HCL a rezilierii se va reorganiza târgul temporar, până la aprobarea masterplanului pentru zona 16 Februarie. | | | | |
| *22)* Piața Pajura | Desființarea structurii de acoperire si amenajarea platformei pentru volantă, construirea unui corp nou pentru activități sociale, bucătărie comunitară.<br>Fișă de proiect | Cartier Pajura | PS1 / (noua) Unitate Locală de Manageme nt | ONG de cultura gastronomi că<br>Parteneri in programul Quality Label S1 | PT |
| *23)* | | | | | |

VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

| | Denumire proiect | Descriere succintă și rezultat concret | Piața/zona vizată | Responsabil principal | Responsabil secundar | Documente necesare |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | ETAPA 3<br>TERMEN LUNG<br>(PESTE 3 ANI) | | | | | |
| 1. | Food Halls | Spații private sau publice, în care organizatorii și operatorii gastronomici locali se corelează cu lanțul alimentar local și piețele agroalimentare<br>promovează diversitatea gastronomică bucureșteană cea culturală, etnică și gastronomică.<br>Aceste spații pot fi autonome sau parte a piețelor importante (Matache, 16 Februarie) | Sector | PS1<br>Orga-nizator privat | Parteneri in programul Quality Label S1<br>Operatori gastro locali | HCL, studii și expertize, SF/DALI, PUZ, regulament de funcționare |
| *2)* | Amenajare de loturi de grădinărit | Loturile sunt amplasate pe terenuri publice și private neconstruibile (zone de protectie față de infrastructură, teren extravilan) | Sector | PS1 | Deținători și administratori de terenuri | Decizie de primar/HCL<br>Model de gestiune cu regulament de amenajare, |

VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | pentru închiriat familial, temporar pe termen mediu. | | | | închiriere și folosire |
| *3)* S1 FOODHUB<br>*(proiect prioritar)* | Dotare de infrastructură tehnică specializată pentru preluare, depozitare și vânzare a produselor.<br>Are caracter industrial periferic și necesită accesibilitate mare auto și feroviar (optim).<br>Datorită configurației și accesibilității Sectorului1, se recomandă dezvoltarea a două locații, de ambele laturi ale căii ferate nord-sud<br>Fișă de proiect | Sector<br>2 locații | PS1<br>PMB | Parteneri in programul Quality Label S1 | HCL<br>PUZ (după caz)<br>SF și proiect tehnic<br>Regulament de funcționare |
| *4)* Piața Matache<br>*(proiect prioritar)* | Amenajare piață și zonă adiacentă pe bază de concurs de soluții (proiect descris la etapa scurtă)<br>Fișă de proiect | Zona Pieței Matache | PS1 | Parteneri in programul Quality Label S1 | DALI, Proiect tehnic<br>Regulament de funcționare |
| *5)* Piața 16 Februarie | Amenajare piață și zonă adiacentă<br>Fișă de proiect | Piața 16 Februarie | PS1 | Parteneri in programul Quality Label S1 | DALI, Proiect tehnic<br>Regulament de funcționare |
| *6)* Piața Aviației | Amenajare piață și zonă adiacentă<br>Fișă de proiect | Piața Aviației | PS1 | Parteneri in programul Quality Label S1 | DALI, Proiect tehnic<br>Regulament de funcționare |
| *7)* Piața 1Mai | Amenajare piață și zonă adiacentă<br>Fișă de proiect | Piața 1 Mai | PS1 | Parteneri in programul Quality Label S1 | DALI, Proiect tehnic<br>Regulament de funcționare |

VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| *8)* Piața Domenii | Amenajare piață și zonă adiacentă<br>Fișă de proiect | Piața Domenii | PS1 | Parteneri in programul Quality Label S1 | DALI, Proiect tehnic<br>Regulament de funcționare |

Notă: pentru fiecare orizont de timp, proiectele enumerate sunt împărțite în măsuri non-fizice (regulamente, parteneriate, certificări și programe) și măsuri fizice (reabilitări și construire de piețe si depozite). Proiectele nu sunt ordonate în ordinea realizării lor, ele putând fi demarate concomitent, în funcție de posibilități. Proiectele prioritare sunt marcate ca atare.

Piețele care au prevăzute garaje subterane au fost plasate in Etapa 3 – termen lung

## Condiții pentru realizarea procesului de implementare a proiectelor

### 1. Capacitatea de management

Calitatea implementării Planului de Acțiune necesită determinarea inițierii proiectelor de către Primăria de sector și cooperarea inter-instituțională la nivel de sector-municipiu-regional, precum și atragerea de parteneri privați din zona comercială , non-guvernamentală și organizații civice. Pentru coordonarea măsurilor și comunicarea între niveluri administrative, consultative și de decizie se propune alcătuirea unei Unități Locale de Management dedicată lanțului alimentar local.

Unitatea Locală de Management va pregăti, monitoriza si ghida procesul de luare a deciziilor prin organizarea unor grupuri de lucru intersectoriale. Ajustarea priorităților de bugetare și alocării de resurse umane se va face periodic prin evaluare recurentă și iterativă în cadrul grupului de lucru intersectorial pentru gestiune integrată. Grupul de lucru va evalua și centraliza listele de proiecte elaborate în cadrul diferitelor programe de finanțare, respectiv documente de planificare integrate sectoriale.

Pentru a putea monitoriza impactul proiectelor la nivel socio-spațial, cu un grad de granularitate relevant, Consiliul Local va investi în ridicarea de date socio-economice agregate pe teme predefinite, raportate la structura și cartierele din mediul urban. Un proces decizional bazat pe date și o interpretare interdisciplinară a acestora este condiția esențială pentru implementarea proiectelor din planul de acțiune.

### 2. Condiții financiare

Modelul de prognoză financiară sectorială va urmării determinarea „excedentului operațional anual" – diferență între veniturile totale și cheltuielile curente, care poate fi alocat finanțării datoriei publice și a programului de investiții.

Pentru minimizarea riscurilor apariției dezechilibrelor bugetare, proiecția veniturilor se va face considerând și a evoluției crescătoare a cheltuielilor curente. Pentru perioada 2026– 2028 prognoza trebuie să fie realizată pentru fiecare indicator bugetar în parte.

A. Evoluția veniturilor (venituri cu pondere importantă în bugetul local)

1. Evoluția veniturilor din impozitul pe profit de la agenți economici

2. Evoluția veniturilor din cotele defalcate din impozitul pe venit

3. Evoluția veniturilor din sume alocate din cotele defalcate din impozitul pe venit pentru echilibrarea bugetelor locale

4. Evoluția veniturilor din alte impozite pe venit, profit si câștiguri din capital

5. Evoluția veniturilor din Impozit pe clădiri de la persoane fizice

6. Evoluția veniturilor din Impozit pe clădiri de la persoane juridice

VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

7. Evoluția veniturilor din Impozit pe terenuri de la persoane fizice

8. Evoluția veniturilor din Impozit pe terenuri de la persoane juridice

9. Evoluția veniturilor din Taxe judiciare de timbru, taxe de timbru pentru activitatea notariala si alte taxe de timbru

10. Evoluția veniturilor din Sume defalcate din taxa pe valoarea adăugată pentru finantarea cheltuielilor descentralizate la nivelul comunelor, oraselor, municipiilor

11. Evoluția veniturilor din Taxa asupra mijloacelor de transport de la persoane fizice

12. Evoluția veniturilor din Taxa asupra mijloacelor de transport deținute de persoane juridice

13. Evoluția veniturilor din Taxe si tarife pentru eliberarea de licente si autorizatii de functionare

14. Evoluția veniturilor din Alte taxe pe utilizarea bunurilor, autorizarea utilizarii bunurilor sau pe desfasurare de activitati

15. Evoluția veniturilor din Venituri din concesiuni si inchirieri

16. Evoluția veniturilor din Venituri din dividende

17. Evoluția veniturilor din Taxe extrajudiciare de timbru

18. Evoluția veniturilor din Alte venituri din taxe administrative, eliberari permise și certificate

19. Evoluția veniturilor din Venituri din vanzarea unor bunuri apartinand domeniului privat

20. Evoluția veniturilor din Subventii pentru compensarea cresterilor neprevizionate ale preturilor la combustibili

B. Prognoza cheltuielilor (numai cheltuieli curente)

1. Evoluția, în termeni reali, a cheltuielilor de personal

2. Evoluția, în termeni reali, a cheltuielilor cu bunuri si servicii

3. Evoluția, în termeni reali a cheltuielilor cu transferurile între unități ale administrației publice

4. Evoluțiile celorlalte categorii de cheltuieli, pe fiecare capitol în parte și pe titluri conform clasificației economice au fost previzionate ținându-se cont de domeniul respectiv de activitate, natura cheltuielii și realizările anilor anteriori

### 3. Corelare cu documentațiile de urbanism și programul de investiții al autorităților locale

Din punct de vedere al corelării cu documentațiile de urbanism, proiectele se vor realiza în coordonare cu reglementările prevăzute în Planul Urbanistic Zonal și General în vigoare și în condițiile menționate în Certificatul de Urbanism emis pentru fiecare din proiecte.

### 4. Indicatori de monitorizare și evaluare a implementării Planului de Acțiune

Indicatorii stabiliți vor face referire la indicatori calitativi, cantitativi și tendințe cu privire la gradul de implementare a proiectelor prevăzute în Planul de Acțiune. Unitatea de Management va monitoriza implementarea planului de acțiune pe baza următoarelor activități, în coordonare cu condițiile de co-finanțare:

**A. Proiecte referitoare la ameliorarea și dezvoltarea infrastructurii fizice**

> **Asigurarea bugetelor pentru realizarea proiectelor la faza SF/DALI, PT și DE în conformitate cu legislația în vigoare.**

Indicator: aprobarea bugetului de către consiliul local care va depune proiectul/proiecte spre finanțare, atragerea de fonduri extrabugetare (Guvernamentale, EU)

VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

> **Realizarea documentațiilor tehnico-economice de atribuire în vederea participării la procedura de licitație pentru elaborarea studiului de fezabilitate, proiectelor tehnice, și detalii de execuție pentru investițiile propuse în planul de acțiune**

Indicator: postarea pe site-ul unității contractante a condițiilor de atribuirea contractelor. Organizarea procesului de stabilirea a contractanților pentru lucrării solicitate
Indicator: semnarea contractului/contractelor

> **Realizarea documentației tehnice în conformitate legislația existentă și cu respectarea condițiilor impuse de finanțator**

Indicator: Aprobarea documentației și semnarea contractului de co-finanțare

> **Organizarea procedurii de licitație pentru alegerea constructorilor pentru realizarea investițiilor.**

Indicator: Semnarea contractului-contractelor cu firmele de construcții

> **Monitorizarea condițiilor contractului/contractelor de realizare a lucrărilor de investiții.**

Indicator: Calitatea lucrărilor, termenele de realizarea și sumele cheltuite sunt respectate

> **Realizarea regulamentelor si ghidurilor prevăzute în Planul de acțiune.**

Indicator: Adoptarea regulamentelor și diseminarea ghidurilor

*B.* <u>Proiecte referitoare la ameliorarea și dezvoltarea infrastructurii fizice</u>

> **Realizarea ghidurilor și regulamentelor menționate în Planul de Acțiune în variantă îmbunătățită sau nouă, în conformitate legislația existentă și cu respectarea condițiilor impuse de administrator (PS1)**

Indicator: Aprobarea ghidurilor și regulamentelor

> **Realizarea contractelor de parteneriat cu entități publice și private relevante, cu respectarea condițiilor impuse de administrator (PS1)**

Indicator: Semnarea parteneriatelor



VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

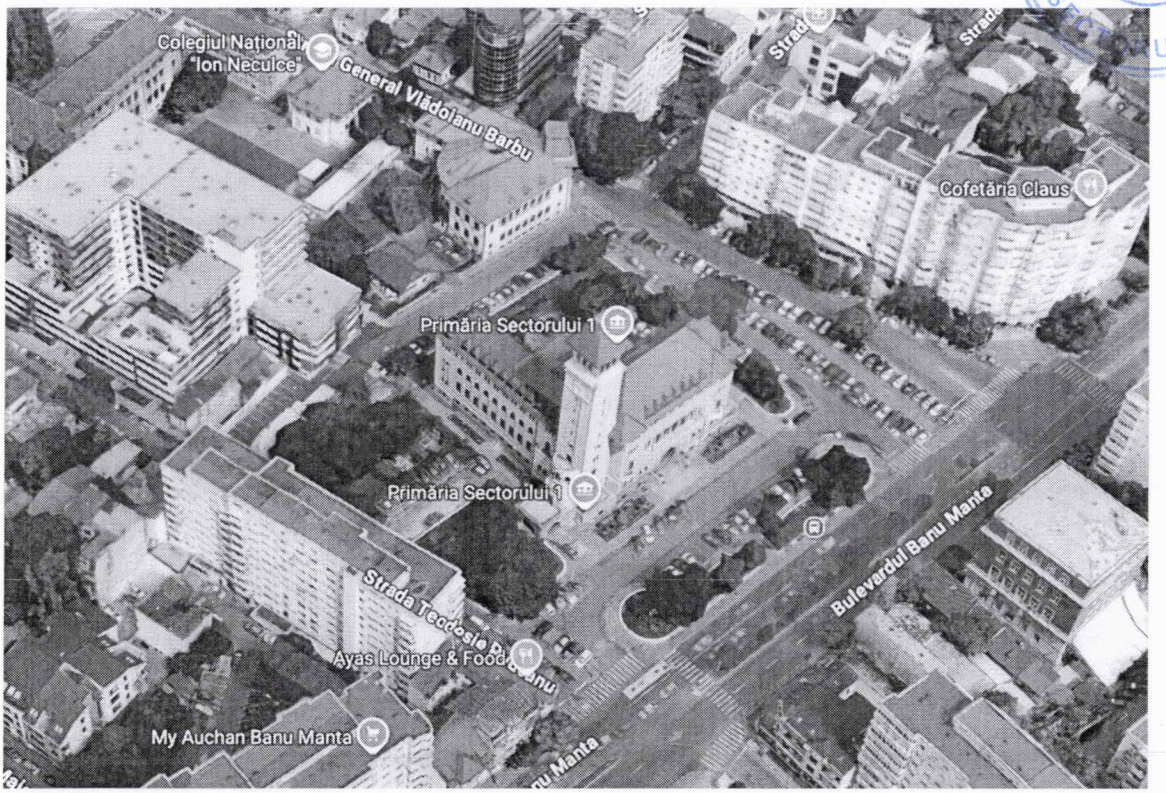
ANEXA 3.1.



ANEXĂ LA HOTĂRÂREA CONSILIULUI LOCAL AL SECTORULUI 1
Nr. 239 05 AUG 2026
Anexa 3.1
PREȘEDINTE DE ȘEDINȚĂ
RĂDĂLINA DURDUCHE

MUNICIPIUL BUCUREȘTI CONSILIUL LOCAL SECTORUL 1

| FIȘĂ DE PROIECT | Piața volantă pilot – Banu Manta |
|---|---|




## SITUAȚIE PROPUSĂ ȘI PERSPECTIVE

În paralel cu reabiltarea și refacerea piețelor permanente, o componentă deosebit de importantă este reprezentată de piețele volante. Ritmul propus la debut este suprapus weekendului , săptămânal în alt cartier al sectorului.
Având în vedere relativa raritate si distributie inegală și insuficientă a piețelor permanente pe teritoriul sectorului, flexibilitatea în poziționare și organizare a piețelor volante are capacitatea de a satisface nevoia de alimente proaspete locale.

Caracterul general urmărit este de Piață volantă cu caracter de târg sezonier/de weekend, eventual sărbătoresc pentru a aduce producători speciali și a suplimenta oferta.

În măsura în care piața pilot și cele ulterioare au succes în zonele identificate, în perspectivă este necesară creșterea frecvenței organizării acestora, recomandat în regim săptămânal. Această provocare este în primul rând de personal (pentru gestiune) și logistică, fiind necesară multiplicarea numarului de standuri si a capacității de stocare a acestora in perioadele dintre piețe.



VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

## ELEMENTE DE TEMĂ

Piața pilot își propune testarea elementelor principale:

- O rețea de furnizori-comercianți aleși pe criterii de calitate (atestare, produs local), care acoperă o varitate de produse si regiuni
- Mobilierul pilot – standuri similare de vânzare puse la dispoziția comercianților
- Comunicarea publică pentru atragerea cumpărătorilor din proximitate.

Scenariile de mobilare a spațiului disponibil permit și o variantă majoră, care acompdează mai mulți comercianți și una de uz regulat. Optional sunt desemnate și zone pentru alimientație publică.

În perspectivă, în funcție de capacitatea si funcționarea spațiilor publice alocate temporar piețelor volante, se pot organiza evenimente de tip zilele cartierului, cu inchiderea traficului uzual si acompdarea de evenimente social-culturale.

## INDICATORI DE PERFORMANȚĂ

- proiectarea și realizarea obiectivului
- gradul de satisfacție al utilizatorilor
- încheierea de parteneriate cu actori din lanțul alimentar
- numărul de utilizatori

## SCENARII ȘI TERMENE ESTIMATIVE DE IMPLEMENTARE

**Etape ale implementării**

- Organizarea unei piețe săptămânale volante adiacentă sediului primăriei de sector, pentru suplinirea nevoilor agroalimentare ale cartierului (în curs)

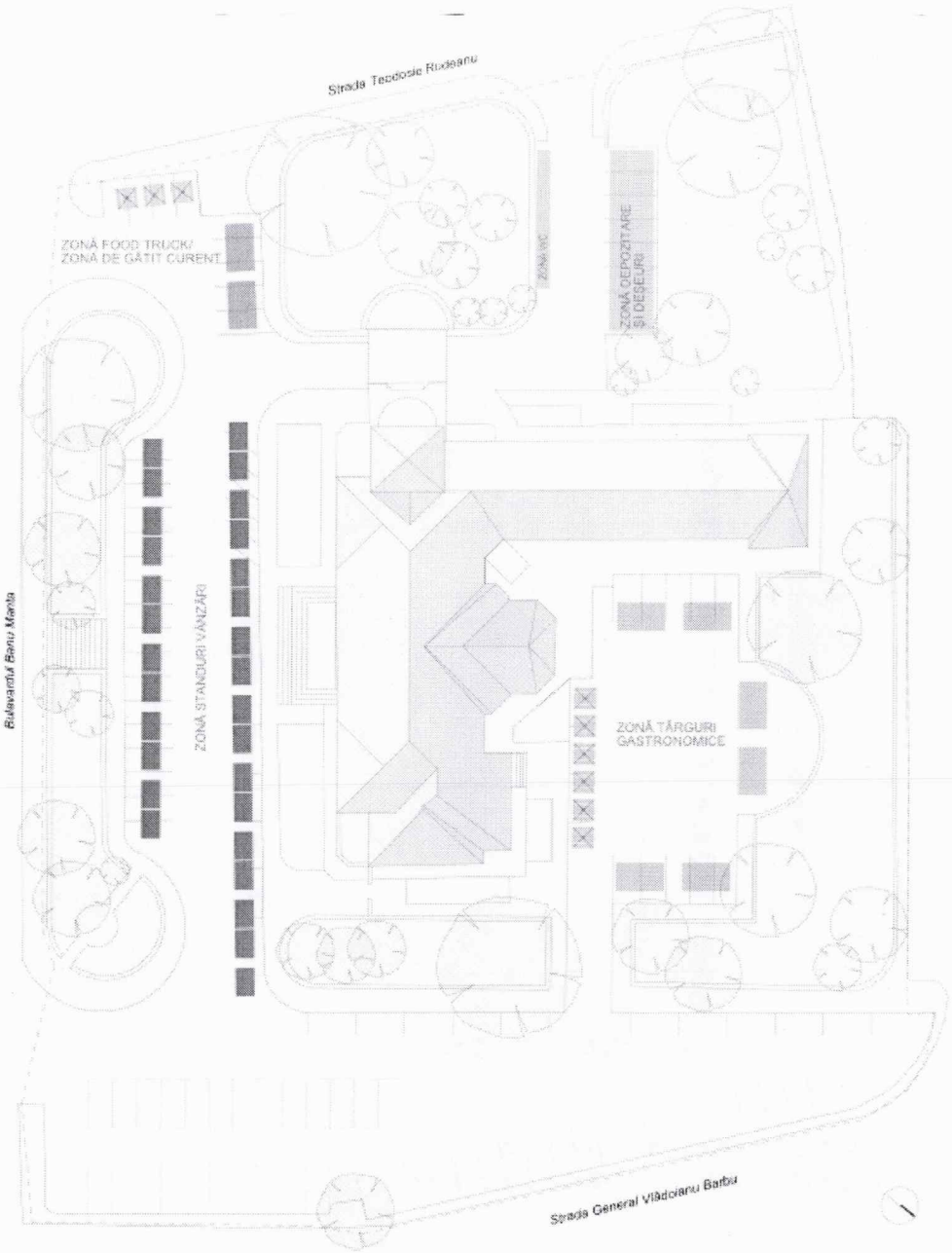
Scenariile de mobilare a spațiului disponibil permit și o variantă majoră, care acompdează mai mulți comercianți.

VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

Strategie pentru piețele agroalimentare - Sectorul 1, București
Piață volantă pilot - varianta 1

sc: 1:500

Întocmit: S.C. MONTAG STUDIO S.R.L.



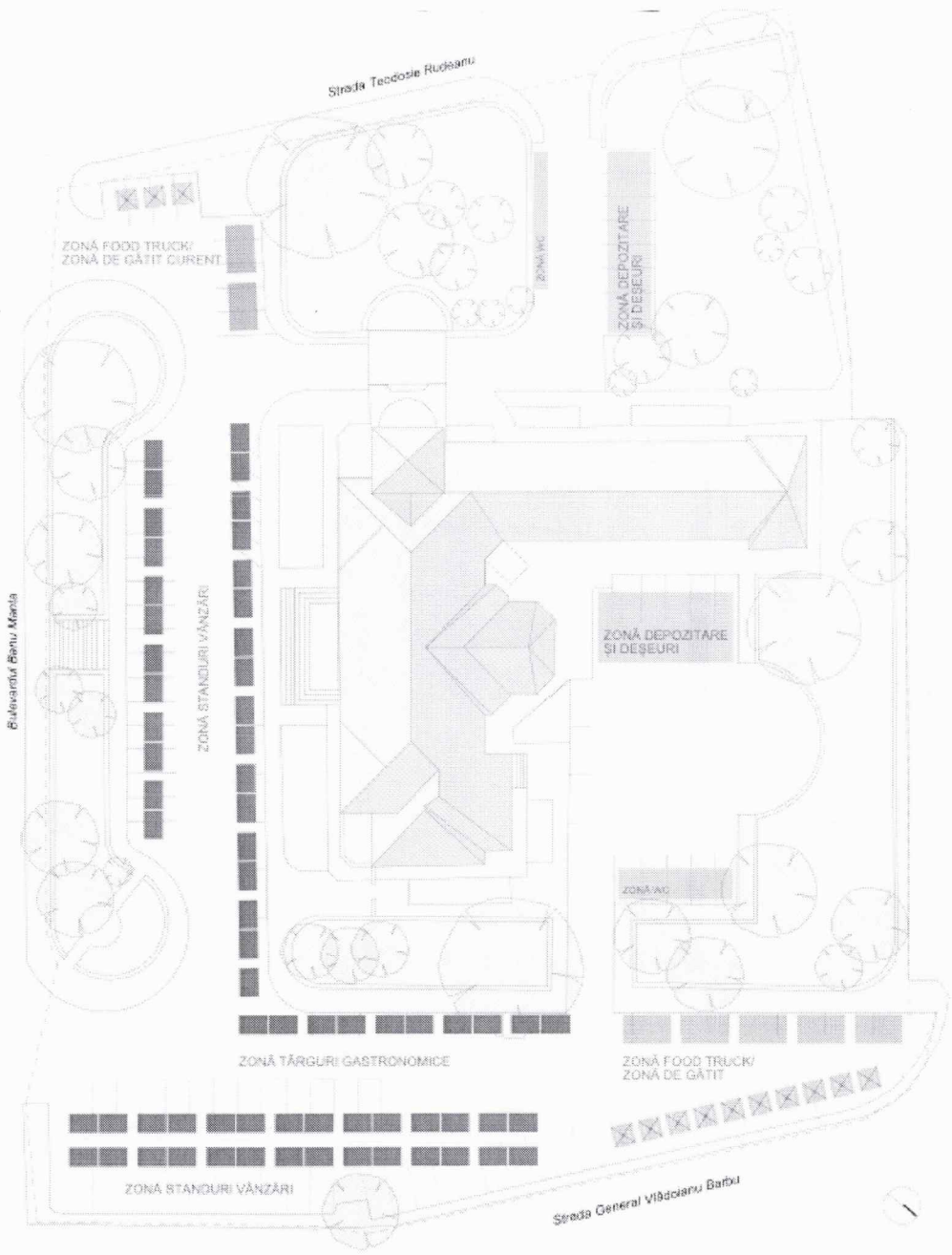



VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

Strategie pentru pieţele agroalimentare - Sectorul 1, Bucureşti
Piaţă volantă pilot - varianta 2

sc. 1:500

Întocmit: S.C. MONTAG STUDIO S.R.L.




VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

## COST ESTIMATIV ȘI SURSA DE FINANȚARE

Costurile estimative sunt bazate pe indicatori generali de contruire, organizare și țin sema de complexitatea obiectivului
Buget estimativ – 5.000euro
Sursa de finanțare – bugetul local

## STATUTUL PROIECTULUI

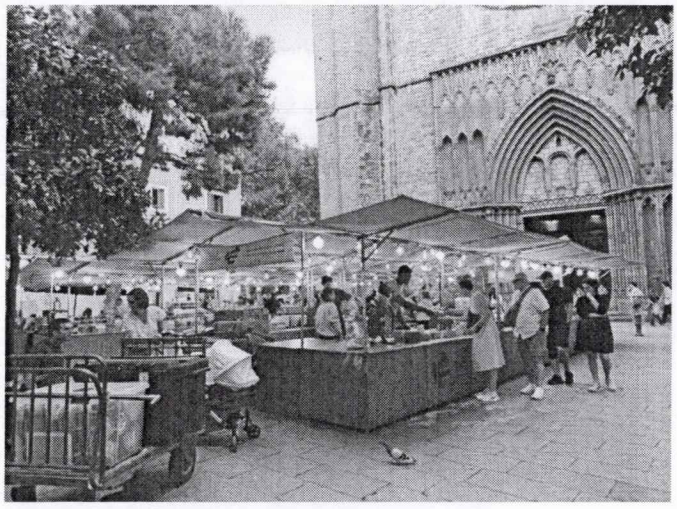
- Proiectul propus este prioritar
- Gradul de prioritate este mare, de importanță generală pentru Sectorul 1.

## PARTENERI RECOMANDAȚI

Parteneri privați care dezvoltă proiecte majore în zonă (Atelierele Grivița, de exemplu)

Direcțiile sanitar-veterinare si de sănătate

## EXEMPLE





Barcelona / Bruxelles

VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL





Cluj Napoca și Florența





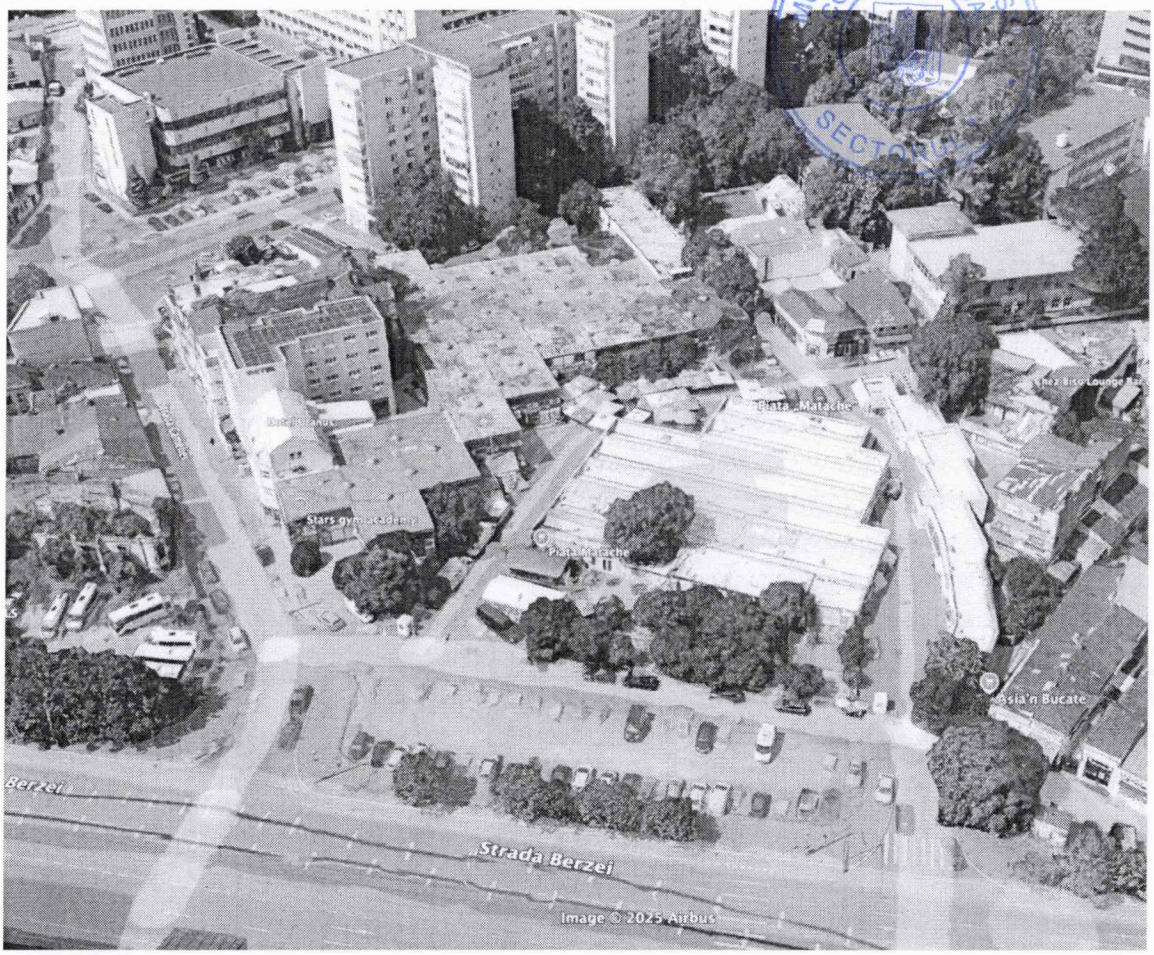
Viena

VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

ANEXA 3.2.

ANEXĂ LA HOTĂRÂREA CONSILIULUI LOCAL AL SECTORULUI 1
Nr. 239 05 AUG 2025
ANEXA 3.2.
PREŞEDINTE DE ŞEDINŢĂ
ANDREEA BUDUTRACHE

| FISĂ DE PROIECT — | Piața Matache |
|---|---|




## OBIECTIV GENERAL

Modul de organizare al depozitării, vânzării, închirierii spațiilor este aflat sub controlul administrației locale (PS1). Acest rol permite controlul autorității locale asupra elementelor esențiale legate de marfă/produse:

a. **Calitate** – atragerea și comercializarea produselor cu sigla de calitate locală, în sistem de certificare locală a calității (local label S1) pentru controlul certificării de producător, a proveniență.

b. **Cantitate** – cantitați medii și mari – promovarea unui flux de afacere care asigura sustenabilitatea și atractivitatea vânzării către cumpărători care au nevoie de garanția



VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

proveniență, cantitate, recurență, păstrarea calității, fiscalitate clară. Accesul la cumpărare este dedicat în special producătorilor, însă și segmentului de vânzători tradiționali. Ambele categorii pot fi subiectul atestării locale a calității în sistem S1.

c. **Preț și fiscalitate** – mercurial actualizat dedicat piețelor. Pe viitor se recomandă ca marfa să se cumpăre, depoziteze și vinde în condiții fiscale digitalizate.

d. **Fidelitatea** producătorilor și a cumpărătorilor în rulajul mărfii. Cumpărătorii pot fi atrași prin garanția calității sistemului de calitate al S1 (reprezentat de producător-intermediar-cumpărător-locație)

## SITUAȚIE ACTUALĂ

Piața Matache este una dintre cele mai cunoscute piețe din București. Poziția ei este polarizantă pentru o zonă întinsă de instituții și locuințe. Piața propriu-zisă a fost extinsă succesiv cu corpuri noi dar și cu mai multe șiruri de tarabe închise, construite precar, pentru produse de alimentație și non-alimentare (casnice). Piața nouă funcționa în tandem cu Hala Matache Veche, demolată acum 10 ani o dată cu trasarea noului Bulevard Buzești.
O parte semnificativă a pieței a ars acum un an, ceea ce a dus la închiderea micilor spații comerciale și a tarabelor exterioare. Acestea au fost demolate și în locul lor s-a amenajat temporar o suprafața publică pavată cu mobilier urban reversibil.
Corpul rămas intact al halei a rămas funcțional, subutilizat și în condiții tehnice si estetice nemulțumitoare. Pentru acest corp sunt pregătite măsuri locale de îmbunătățire a condițiilor de comercializare și depozitare.
Pentru întreaga zonă a pieței si cu scopul de a reconstrui o clădire nouă cu rol de hala agro-alimentară, Primăria Sectorului1 va iniția un protocol de colaborare cu Ordinul Arhtiecților, pentru organizarea unui concurs de soluții.

## ELEMENTE DE TEMĂ DE PROIECT

**Tema de proiect pentru hala rămasă funcțională** – cuprinde măsuri de asanare și amenajare temporară (deja realizate) și de reparații și înlocuiri ale unor elemente ale halei actuale.

- Curățarea fațadei vitrate
- Înlocuirea instalațiilor de tratare și preluare a aerului, cu rol de încălzire și răcire
- Inlocuirea iluminatului interior
- Amenajarea de grupuri sanitare și vestiare pentru vânzători
- Îmbunătățirea condițiilor de acces și depozitare marfă și deșeuri sortate
- Amenajarea unei zone pentru alimentație publică, considerată tradițională și un factor determinant din punct de vedere social al atractivității piețelor.
- Amenjarea zonei exterioare pavate cu o solutie temporară de alimentare electrică, pentru organizarea de piețe volante și evenimente social-culturale.



VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

- Amenajarea în acest spațiu exterior sau în interiorul halei a unei instalații de expunere a tuturor etapelor procesului de crearea a noii piețe, cu o modalitate de preluarea a părerilor scrise.
- Pentru activități de vânzare la fața locului, de degustări, târguri și prezentări va fi organizată și o zonă de tarabe acoperite mobile/reversibile

Aceste măsuri sunt doar parțial reversibile prin demontarea unor instalații în vedere refolosirii în alte proiecte, dar sunt considerate necesare, având în vedere durata estimată pâna la funcționarea noii hale de circa 3 ani. Prin concurs nu este momentan clar dacă se va păstra hala existentă sau piața actuală va fi complet înlocuită.

**Tema de proiect pentru noua hală și pentru zona adiacentă** – va fi elaborată de specialiști angajați prin procedura de concurs de soluții și va fi consultată cu toți actorii relevanți și cu comunitatea locală. Se recomandă elaborarea unui studiu local de mobilitate integrată pentru gestionarea traficului de aprovizionare și vizitatori. De asemenea se recomandă ca piața să dispună de un subsol genero accesibil vehiculelor de aprovizionare, parcării vehiculelor vizitatorilor și amplasarea în subzol a zonei frigorifice.

Zonele principale sunt:

- Zona de preluare și depozitare (cu depozite simple, la rece si congelare) și vânzarea mărfii, amplasată subteran, cu elevatoare de marfă către zona de comercializare
- Parcare publică și pentru comercianți - subterană
- Zonă pentru alimentatie publică – tarabe, magazine, FoodHall

Piața Matache dispune de tradiție, polarizare teritorială și suprafață generoasă de teren pentru construirea unui **FoodHall gastronomic indoor**, combinat cu o zonă liberă interioară pentru organizarea de evenimente culturale și sociale, precum și a unei zone de bucătărie comunitară, pentru evenimente și cursuri de gătit (pentru copii și adulți). Tema de proiect pentru FoodHall – va fi elaborată pe baza modelelor europene, care sunt numeroase, atrăgătoare pentru rezidenți la fel ca pentru turiștii care folosesc Gara de Nord. (Notă – Se poate studia dezvotarea unei hale gastronomice de tip Foodhall și în proiectul de reamenajare al Gării de Nord). Se recomandă elaborarea unui studiu local de mobilitate integrată pentru gestionarea traficului de aprovizionare și vizitatori. De asemenea se recomandă ca hala să dispună de o zonă de acces propice vehiculelor de aprovizionare, parcării vehiculelor vizitatorilor și amplasarea zonei de depozitare.

Accentul se va pune pe socializare, evenimente și alimentație publică al fel de mult ca pe comerțul de alimente. Pentru ca piața să devină din nou un loc de petrecut timp de calitate pentru mai multe segmente sociale/familiale, paleta de oferte comerciale și non-comerciale poate fi mult extinsă și facilitiată de spații non-comerciale de închiriat.

**Măsuri de management și marketing**

Fidelizarea segmentului privat-micro de cumpărători poate fi făcută prin acordarea unui statut special („Cumpărător de calitate în S1") în cadrul sistemului de local labelling. Deschiderea

VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

acestei facilităţi pentru micro-cumpărători familiali va atrage fidelizarea faţă de pieţele agroalimentare permanennte sau volante, care sunt în alte zone şi promovează mândria locală.

## INDICATORI DE PERFORMANŢĂ

- proiectarea şi realizarea obiectivului
- gradul de satisfacţie al vânzătorilor, cumpărătorilor, vizitatorilor, vecinilor
- încheierea de parteneriate cu actori din lanţul alimentar (producători)
- cantitatea rulată de marfă (depozitare şi vânzare)
- numărul de vizitatori/cumpărători estimat
- numărul de producători-vânzători
- tipul de energie folosit (mix sustenabil)
-

## ETAPIZARE ŞI TERMENE ESTIMATIVE DE IMPLEMENTARE

**Etape ale implementării**

- Efectuarea studiilor de teren – cadastral, geotahnic, releveu edilitar subteran şi al clădirilor existente (1 lună)
- Contractarea serviciilor de organizare a concursului de soluţii pentru proiectul pieţei (inclusiv a documentaţiei tehnice de concurs şi organizarea concursului de soluţii (9 luni)
- Organizarea temporară a evenimentelor social-cultural-gastronomice pe amplasamentul eliberat şi amenajat temporar, în perioada efectuării etapelor de achiziţie şi proiectare+avizare, până la predarea oficială a amplasamentului general către constructor la demararea lucrărilor de construire (opţional)
- Elaborarea documentelor de achiziţie publică pe baza rezultatelor concursului, pentru proiectare complexă, bazată pe criterii specifici de calitate (criterii „verzi" de sustenabilitate, calitate arhitecturală şi inginerească, flux alimentar) (1 lună)
- Studiu de fezabilitate pentru hala alimentară, depozitul alimentar şi garajul subteran (3 luni + avizare)
- Contractarea proiectelor tehnice - bazate pe criterii specifice de calitate (criterii „verzi" de sustenabilitate, calitate arhitecturală şi inginerească, flux alimentar) (6 luni + avizare)
- Contractarea construirii obiectivelor (3 luni)
- Construirea şi recepţionarea obiectivelor (36 luni)
- Încheierea contractelor cu comercianţii pentru vânzare şi depozitare (3 luni)
-

## COST ESTIMATIV ŞI SURSA DE FINANŢARE

Costurile estimative sunt bazate pe indicatori generali de contruire şi ţin sema de complexitatea obiectivului
Buget estimativ – 150 mil.euro (teren, hală, depozit si parcare subterană)



VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

Sursa de finantare – bugetul local și fonduri EU

## CORELARE CU PLANUL DE ACȚIUNE

- Proiectul se înscrie în Planul de acțiune în Etapele 1 (studii si concurs de soluții) și 3 implementare (1-3 ani)

## STATUTUL PROIECTULUI

- Proiect prioritar, condiționat de alte intervenții
- Gradul de prioritate este mare, de importanță generală pentru sector și capitală, de asemenea locală pentru cartier
- Proiectul este condiționat de organizarea parteneriatelor externe și rezervarea bugetului de implementare

## PARTENERI RECOMANDAȚI

Asociații de producători locali

Ministerul Agriculturii

Direcțiile sanitar-veterinare si de sănătate

Consiliul Județean Ilfov

Ordinul Arhitecților din România - pentru organizarea concursului de soluții pentru proiectul pieței

## EXEMPLE

Mercat de Santa Caterina, Barcelona https://www.mercatdesantacaterina.com/en/





VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

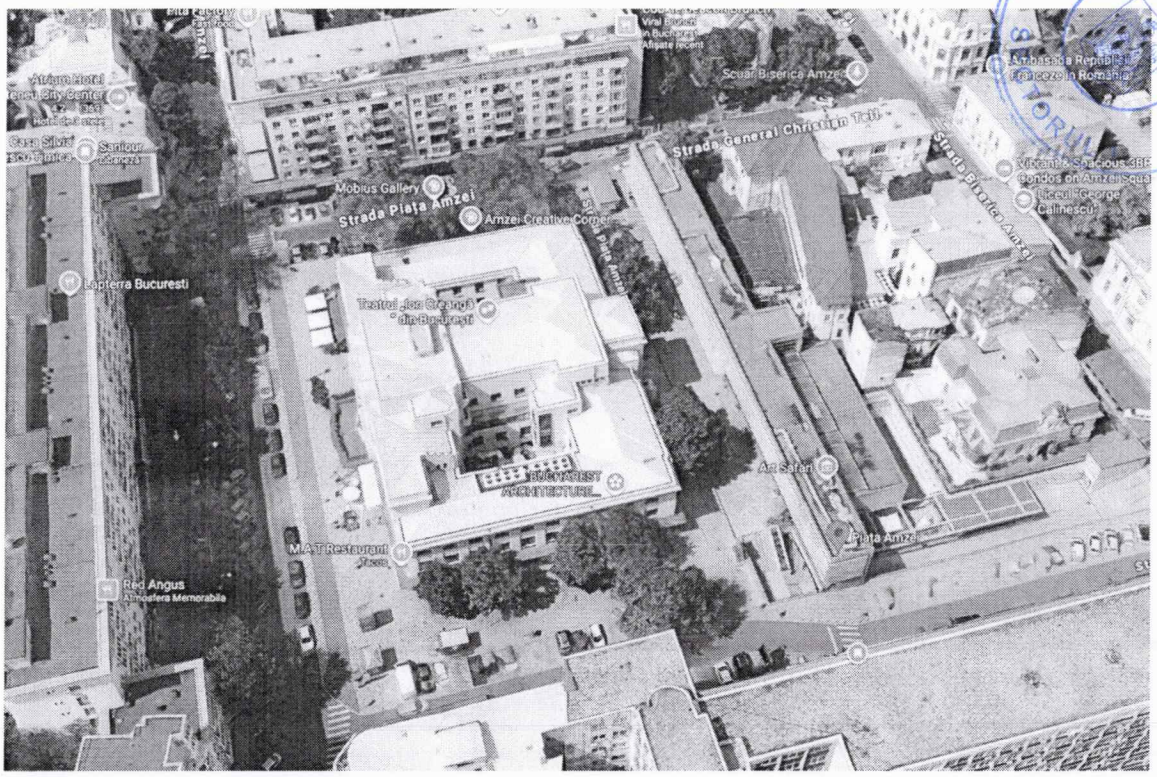
ANEXA 3.3.

ANEXĂ LA HOTĂRÂREA CONSILIULUI LOCAL AL SECTORULUI 1
Nr. 239 05 AUG 2026
Anexa 3.3
PREȘEDINTE DE ȘEDINȚĂ



| FISĂ DE PROIECT | Piața Amzei |
|---|---|

MUNICIPIUL BUCUREȘTI CONSILIUL LOCAL SECTORUL 1




## SITUAȚIE ACTUALĂ ȘI PERSPECTIVE

Piața Amzei este cea mai centrală piață agro a centrului Capitalei. Piața a fost subiectul unui concurs de arhitectură în anii 2006-2007, ceea ce a avut ca rezultat înlocuirea vechilor constructii cu o piața agroalimentară nouă. Această clădire nu a funcționat ca piață agro, fiind folosită doar parțial pentru o zonă minoră alimentară, obiecte și vânzare informală. Spațiile majore au fost folosite pentru evenimente culturale.

## ELEMENTE DE TEMĂ

Prin restructurarea recenă a zonei Amzei ca si cartier creativ, sediul primăriei a fost transformat în Hub Creativ și clădirea pieței a fost destinată unui operator cultural care să o utilizeze permanent.
Pentru a suplini nevoia de comerț de alimente se organizează o piața volantă adiacent clădirii teatrului/primăriei.

## INDICATORI DE PERFORMANȚĂ

- proiectarea și realizarea obiectivului
- gradul de satisfacție al utilizatorilor

VIZAT spre neschimbare SECRETAR GENERAL



2025. Montag Studio

- încheierea de parteneriate cu actori din lanțul alimentar
- numărul de utilizatori

## ETAPIZARE ȘI TERMENE ESTIMATIVE DE IMPLEMENTARE

**Etape ale implementării**

- Organizarea unei piețe săptămânale volante, pentru suplinirea nevoilor agroalimentare ale cartierului (în curs)

## CORELARE CU PLANUL DE ACȚIUNE

- Proiectul (piața volanta Amzei) se înscrie în Planul de acțiune in Etapa 1 termen scurt (12 luni)

## STATUTUL PROIECTULUI

- Proiectul propus este prioritar
- Gradul de prioritate este mare, de importanță pentru zona Amzei/Magheru/Calea Victoriei.

## PARTENERI RECOMANDAȚI

Parteneri privați care dezvoltă proiecte majore în zonă

Direcțiile sanitar-veterinare si de sănătate

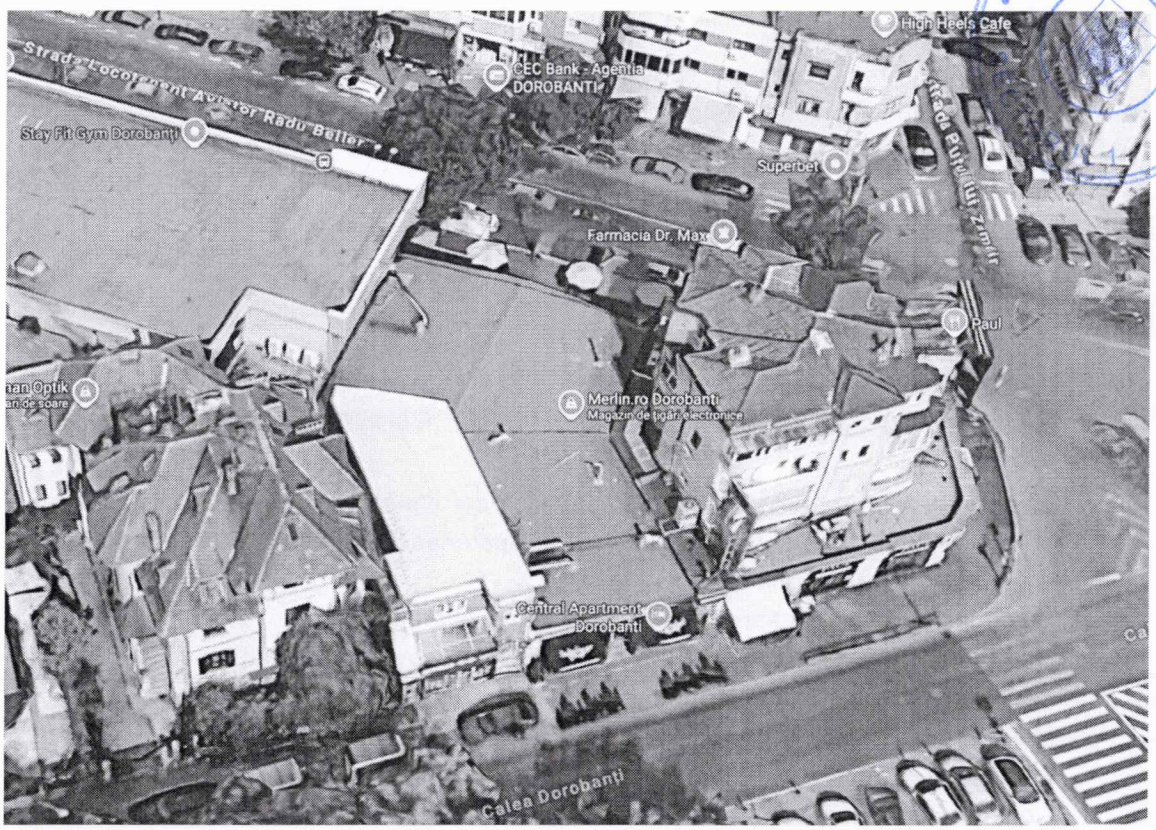
VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

ANEXA 3.4.

ANEXĂ LA HOTĂRÂREA CONSILIULUI LOCAL AL SECTORULUI 1
Nr. 239 05 AUG 2026
Anexa 3.4
PREȘEDINTE DE ȘEDINȚĂ
MĂDĂLINA DUMITRACHE

| FISĂ DE PROIECT | Piața Dorobanți |
|---|---|

MUNICIPIUL BUCUREȘTI CONSILIUL LOCAL




## SITUAȚIE ACTUALĂ ȘI PERSPECTIVE

Piața Dorobanți este una de mici dimensiuni si poziționată într-o zonă cu ridicat nivel economic si social al centrului Capitalei. Piața este poziționată favorabil intr-un centru de cartier, alăturată multor magazine cu profil alimentar si opțiuni gastronomice.
Situația cadastrală și a proprietăților în timp a dus la o diminuare a spațiilor pieței controlate public.

## ELEMENTE DE TEMĂ

În spațiile rămase, chiar dacă de mici dimensiuni, se recomandă ca Primăria Sectorului1 să organizeze în gestiune proprie sau împreună cu un partener instituțional (Liceu cu profil alimentar, Universitatea de Agronomie) sau privat – o bucătărie cu loc de servit masa pentru evenimente comunitare si școală de gătit. Acest tip de facilitate este în mare creștere a cererii pentru socializare și învățarea primilor pași ai gastronomiei, pentru adulți și copii.



VIZAT spre neschimbare SECRETAR GENERAL

Aceste bucătării comunitare pot fi folosite de organizatii non-guvernamentale pentru gătirea unor porții pentru distribuție gratuită persoanelor cu situație defavorabilă. Acest tip de activitate este recomoandabilă în toate spțiile organizate pentru gătit din piețele agroalimentare reabilitate din sector.

## INDICATORI DE PERFORMANȚĂ

- proiectarea și realizarea obiectivului
- gradul de satisfacție al utilizatorilor
- încheierea de parteneriate cu actori din lanțul alimentar
- numărul de utlizatori
- tipul de energie folosit (mix sustenabil)

## ETAPIZARE ȘI TERMENE ESTIMATIVE DE IMPLEMENTARE

**Etape ale implementării**

- Efectuarea studiilor de teren – cadastral, geotehnic, releveul și expertiza clădirilor existente (1 lună)
- Elaborarea documentelor de achiziție publică pentru proiectare complexă, bazată pe criterii specifici de calitate (criterii „verzi" de sustenabilitate, calitate arhitecturală și inginerească, flux alimentar) (1 lună)
- Studiu de fezabilitate pentru reamenajarea halei alimentare (2 luni + avizare)
- Contractarea proiectelor tehnice - bazate pe criterii specifice de calitate (criterii „verzi" de sustenabilitate, calitate arhitecturală și inginerească, flux alimentar) (4 luni + avizare)
- Contractarea construirii obiectivelor (3 luni)
- Construirea și recepționarea obiectivelor (12 luni)
- Încheierea contractelor cu comercianții pentru vânzare și depozitare (3 luni)

## COST ESTIMATIV ȘI SURSA DE FINANȚARE

Costurile estimative sunt bazate pe indicatori generali de construire și țin sema de complexitatea obiectivului
Buget estimativ – 3 mil.euro

Sursa de finanțare – bugetul local și fonduri EU

## CORELARE CU PLANUL DE ACȚIUNE

- Proiectul se înscrie în Planul de acțiune în Etapa 2 termen mediu



VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

## STATUTUL PROIECTULUI

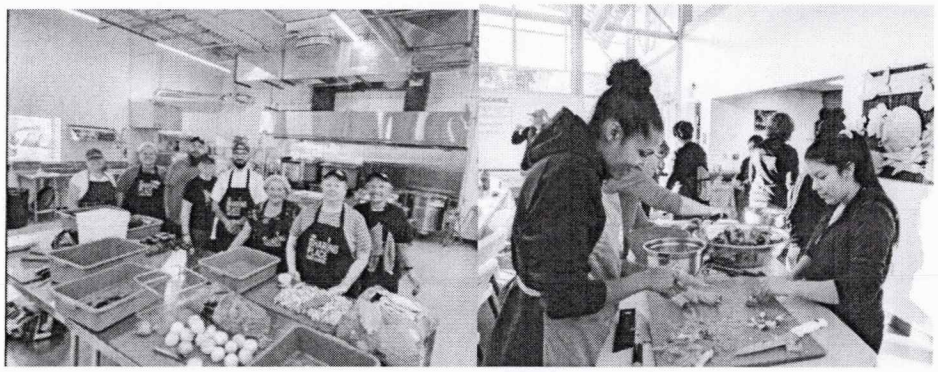
- Proiect propus
- Gradul de prioritate este mic, de importanță locală pentru cartier
- Proiectul este condiționat de clarificarea situației cadastrale și a gestionării actuale a spațiilor, de organizarea parteneriatelor externe și rezervarea bugetului de implementare

## PARTENERI RECOMANDAȚI

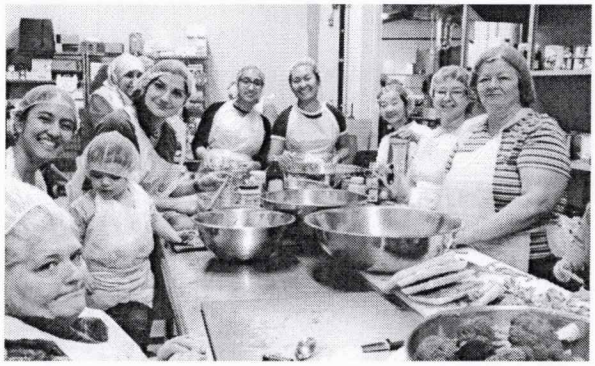
Organizații non-guvernamentale (de tipul *O masă caldă*), școli de gătit

Direcțiile sanitar-veterinare si de sănătate

## EXEMPLE



https://www.dailybread.ca/events/community-kitchen-at-daily-bread-food-bank/





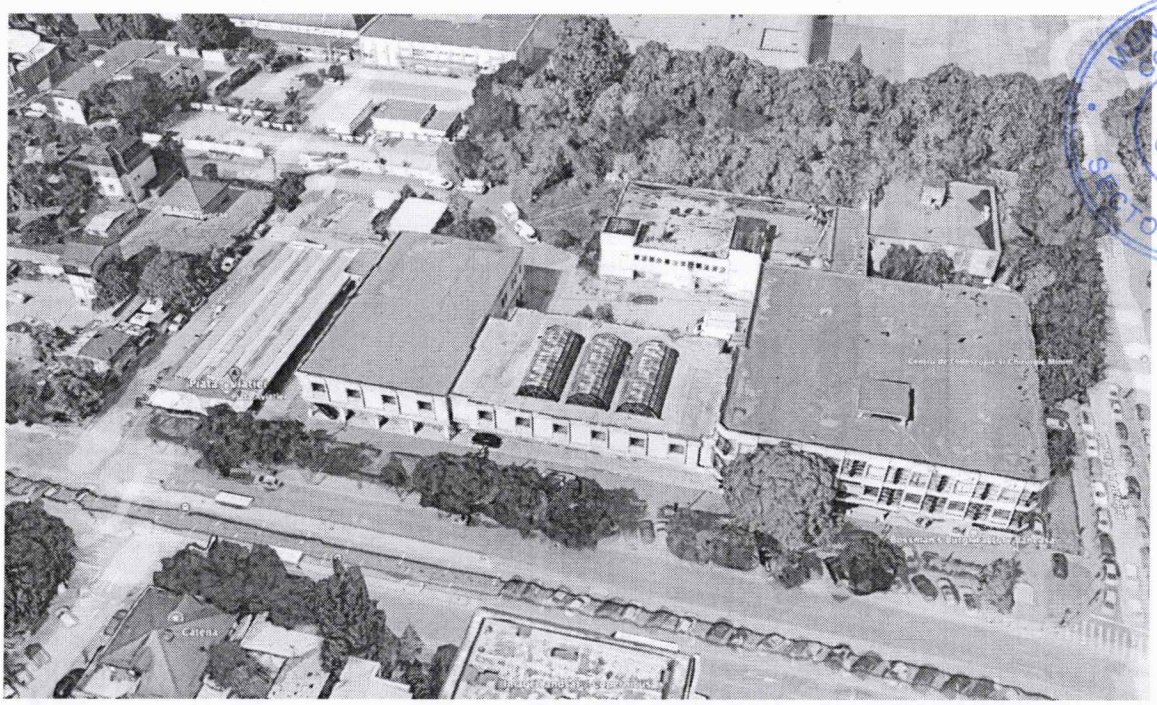
VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

ANEXA 3.5.



ANEXĂ LA HOTĂRÂREA ~~CONSILIULUI~~ LOCAL AL SECTORULUI 1
Nr. 239 05 AUG 2026
Anexa 3.5
PREŞEDINTE DE ŞEDINŢĂ
RĂDĂLINA DUMITRACHE

| FISĂ DE PROIECT – | Piața Aviației |
|---|---|



MUNICIPIUL BUCUREŞTI CONSILIUL LOCAL SECTORUL 1

## OBIECTIV GENERAL

Modul de organizare al depozitării, vânzării, închirierii spațiilor este aflat sub controlul administrației locale (PS1). Acest rol permite controlul autorității locale asupra elementelor esențiale legate de marfă/produse:

a. **Calitate** – atragerea și comercializarea produselor cu sigla de calitate locală, în sistem de certificare locală a calității (local label S1) pentru controlul certificării de producător, a proveniență.

b. **Cantitate** – cantitați medii și mari – promovarea unui flux de afacere care asigura sustenabilitatea și atractivitatea vânzării către cumpărători care au nevoie de garanția proveniență, cantitate, recurență, păstrarea calității, fiscalitate clară. Accesul la cumpărare este dedicat în special producătorilor, însă și segmentului de vânzători tradiționali. Ambele categorii pot fi subiectul atestării locale a calitații în sistem S1.

c. **Preț și fiscalitate** – mercurial actualizat dedicat piețelor. Pe viitor se recomandă ca marfa să se cumpăre, depoziteze și vinde în condiții fiscale digitalizate.

VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

d. **Fidelitatea** producătorilor şi a cumpărătorilor în rulajul mărfii. Cumpărătorii pot fi atraşi prin garanţia calităţii sistemului de calitate al S1 (reprezentat de producător-intermediar-cumpărător-locaţie)

## SITUAŢIE ACTUALĂ

Piaţa Aviaţiei este o piaţă mai puţin cunoscută, care deserveşte o zonă densă de blocuri din vecinătatea aerodromului Băneasa. Piaţa este de mici dimensiuni, în aer liber cu copertine, aflate în stare de degradare, fără a fi fost întreţinute în ultimii ani.
Clădirile adiacente pieţei sunt in proprietate privată şi se intenţionează transformarea lor in funcţiuni de interes, cu profil medical şi alta cu profil gastronomic, cu realizarea de subsol nou generos. Se recomandă ca Primăria Sectorului1 să demareze studii si servicii de specialitate pentru amenajarea unei pieţe noi ca hală de dimensiuni mici, pentru deservirea cartierului din vecinătate şi a zonelor de birouri.
În cartier se organizează recent şi o piaţă volantă, care compensează necesarul de produse proaspete de producător artizanal pentru locuitorii şi vizitatorii zonei.

## ELEMENTE DE TEMĂ DE PROIECT

**Tema de proiect pentru hala pieţei viitoare** – cuprinde măsuri de transformare a pieţei cu o hală nouă cu depozit aferent şi amenajare aunei parcări subterane

- **Hala agroalimentară** va fi de dimensiuni medii-mici si va deservi strictul necesar al vecinătăţii blocurilor de locuinţe şi birourilor.
- Amenajarea în acest spaţiu exterior sau în interiorul halei a unei instalaţii de expunere a tuturor etapelor procesului de ameliorare a noii pieţe, cu o modalitate de preluarea a părerilor scrise.
- **Depozitul alimentar** va avea trei zone diferite de temperatură (ambientală, cu răcire medie şi zona de congelare). Depozitul va fi gestionat printr-un mecanism de închiriere către comercianţi.
- **Parcarea subterană** va avea acces public pentru vehiculele comercianţilor (inalţime mai mare de nivel) şi ale vizitatorilor.

Accentul în amenajarea pieţei se va pune pe socializare şi alimentaţie publică al fel de mult ca pe comerţul de alimente. Pentru ca piaţa să devină din nou un loc de petrecut timp de calitate pentru mai multe segmente sociale/familiale, vor fi organizate spaţii interioare pentru activităţi de vânzare la faţa locului, degustări şi prezentări.

**Măsuri de management şi marketing**

Fidelizarea segmentului privat-micro de cumpărători poate fi făcută prin acordarea unui statut special („Cumpărător de calitate în S1") în cadrul sistemului de local labelling. Deschiderea acestei facilităţi pentru micro-cumpărători familiali va atrage fidelizarea faţă de pieţele agroalimentare permanente sau volante, care sunt în alte zone şi promovează mândria locală.



VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

## INDICATORI DE PERFORMANȚĂ

- proiectarea și realizarea obiectivului
- gradul de satisfacție al vânzătorilor, cumpărătorilor, vizitatorilor, vecinilor
- încheierea de parteneriate cu actori din lanțul alimentar (restaurante)
- cantitatea rulată de marfă (depozitare și vânzare)
- numărul de vizitatori/cumpărători estimat
- numărul de producători-vânzători
- tipul de energie folosit (mix sustenabil)

## ETAPIZARE ȘI TERMENE ESTIMATIVE DE IMPLEMENTARE

**Etape ale implementării**

- Efectuarea studiilor de teren – cadastral, geotehnic, releveu edilitar subteran și al clădirilor existente (1 lună)
- Contractarea serviciilor de demolare a structurilor existente și curățarea amplasamentului (opțional)
- Organizarea unei piețe săptămânale volante pe amplasament în perioada efectuării etapelor de achiziție și proiectare+avizare, până la predarea oficială a amplasamentului către constructor la demararea lucrărilor de construire (opțional)
- Elaborarea documentelor de achiziție publică pentru proiectare complexă, bazată pe criterii specifice de calitate (criterii „verzi" de sustenabilitate, calitate arhitecturală și inginerească, flux alimentar) (1 lună)
- Studiu de fezabilitate pentru hala alimentară, depozitul alimentar și garajul subteran (3 luni + avizare)
- Contractarea proiectelor tehnice - bazate pe criterii specifici de calitate (criterii „verzi" de sustenabilitate, calitate arhitecturală și inginerească, flux alimentar) (6 luni + avizare)
- Contractarea construirii obiectivelor (3 luni)
- Construirea și recepționarea obiectivelor (36 luni)
- Încheierea contractelor cu comercianții pentru vânzare și depozitare (3 luni)

## COST ESTIMATIV ȘI SURSA DE FINANȚARE

Costurile estimative sunt bazate pe indicatori generali de contruire și țin sema de complexitatea obiectivului
Buget estimativ – 20 mil.euro (teren, hală, depozit si parcare subterană)

Sursa de finanțare – bugetul local și fonduri EU

## CORELARE CU PLANUL DE ACȚIUNE



VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

- Proiectul se înscrie în Planul de acțiune în Etapa 2 Termen mediu

## STATUTUL PROIECTULUI

- PROPUS/PRIORITAR/CONDIȚIONAT DE ALTE INTERVENȚII
- Gradul de prioritate este mediu, de importanță locală pentru cartier
- Proiectul este condiționat de clarificarea situației cadastrale și rezervarea bugetului de implementare

## INDICATORI DE PERFORMANȚĂ

- proiectarea și realizarea obiectivului
- gradul de satisfacție al vânzătorilor, cumpărătorilor, vizitatorilor, vecinilor
- încheierea de parteneriate cu actori din lanțul alimentar (restaurante)
- cantitatea rulată de marfă (depozitare și vânzare)

## PARTENERI RECOMANDAȚI

Asociații de producători locali

Ministerul Agriculturii

Direcțiile sanitar-veterinare si de sănătate

Asociațiile de gastronomi

## EXEMPLE

https://www.across-magazine.com/the-expansion-of-food-halls-across-europe-venues-to-hang-out-eat-out-or-go-out-out/





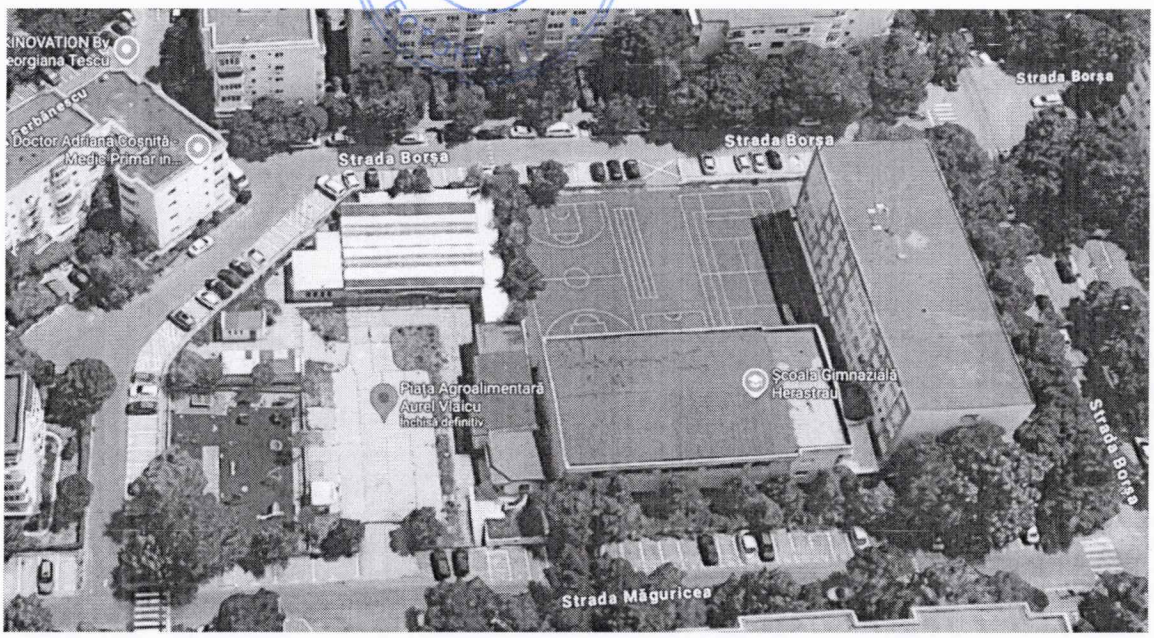
VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

ANEXA 3.6

ANEXĂ LA HOTĂRÂREA CONSILIULUI LOCAL AL SECTORULUI 1
Nr. 239
05 AUG 2026
Anexa 3.6
PREȘEDINTE DE ȘEDINȚĂ
MĂDĂLINA DUMITRACHE

MUNICIPIUL BUCUREȘTI CONSILIUL LOCAL SECTOR 1

| FISĂ DE PROIECT | Piața Aurel Vlaicu |
|---|---|




## SITUAȚIE ACTUALĂ ȘI PERSPECTIVE

Piața Aurel Vlaicu este o piață de dimensiuni medii, de cartier.
Aflată în vecinătatea unei școli cu un înalt grad de aglomerare a copiilor și cu necesar de extindere, se propune desființarea pieței și folosirea spațiilor în folosul direct al școlii.

## ELEMENTE DE TEMĂ

Având în vedere lipsa unei piețe agroalimentare propriu-zise, se recomandă organizarea în vecinătate a unei piețe volante de mici dimensiuni, pentru a continua memoria colectivă a locului de piață.

De asemenea, având în vedere și vecinătatea Școlii Gimnaziale Herăstrău, pentru a crește gradul de interes al cetățenilor din sector și a acoperi nevoi locale pe o rază de 2-3km, în spațiile rămase primăriei, eventual în extinderea spțaiior destinate școlii, se recomandă ca Primăria Sectorului1 să organizeze în gestiune proprie sau împreună cu un partener instituțional (Liceu cu profil alimentar, Universitatea de Agronomie) sau privat – o bucătărie cu loc de servit masa pentru evenimente comunitare si școală de gătit. Acest tip de facilitate este în mare creștere a cererii pentru socializare și învățarea primilor pași ai gastronomiei, pentru adulți și copii.

VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

Aceste bucătării comunitare pot fi folosite de organizatii non-guvernamentale pentru gătirea unor porţii pentru distribuţie gratuită persoanelor cu situaţie defavorabilă Acest tip de activitate este recomoandabilă în toate spţiile organizate pentru gătit din pieţele agroalimentare reabilitate din sector.

## INDICATORI DE PERFORMANŢĂ

- proiectarea şi realizarea obiectivului
- transferul de administrare către administratorul specific al obiectivului educaţional
- tipul de energie folosit (mix sustenabil)

## ETAPIZARE ŞI TERMENE ESTIMATIVE DE IMPLEMENTARE

**Etape ale implementării**

- Efectuarea studiilor de teren – cadastral, geotehnic, releveu edilitar subteran şi al clădirilor existente (1 lună)
- Contractarea serviciilor de demolare parţială a structurilor existente şi curăţarea amplasamentului
- Organizarea unei pieţe săptămânale volante în zonă, pentru suplinirea nevoilor agroalimentare ale cartierului, în perioada efectuării etapelor de achiziţie şi proiectare+avizare, până la predarea oficială a amplasamentului către constructor la demararea lucrărilor de construire
- Elaborarea documentelor de achiziţie publică pentru proiectare complexă a extinderii şcolii, bazată pe criterii specifice de calitate (criterii „verzi" de sustenabilitate, calitate arhitecturală şi inginerească) (1 lună)
- Studiu de fezabilitate pentru construcţii existente transformate şi altele noi (5 luni + avizare)
- Contractarea proiectelor tehnice - bazate pe criterii specifici de calitate (criterii „verzi" de sustenabilitate, calitate arhitecturală şi inginerească) (6 luni + avizare)
- Contractarea construirii obiectivelor (3 luni)
- Construirea şi recepţionarea obiectivelor (24 luni)

## COST ESTIMATIV ŞI SURSA DE FINANŢARE

Costurile estimative sunt bazate pe indicatori generali de contruire şi ţin sema de complexitatea obiectivului
Buget estimativ –20 mil.euro (teren, construcţii)

Sursa de finanţare – bugetul local şi fonduri EU

## CORELARE CU PLANUL DE ACŢIUNE

- Proiectul se înscrie în Planul de acţiune în Etapa 2 – termen mediu (1-3 ani).



VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

## STATUTUL PROIECTULUI

- Proiectul propus este prioritar și condiționat de alte intervenții
- Gradul de prioritate este mare, de importanță locală pentru cartier
- Proiectul este condiționat de clarificarea situației cadastrale și rezervarea bugetului de implementare

## PARTENERI RECOMANDAȚI

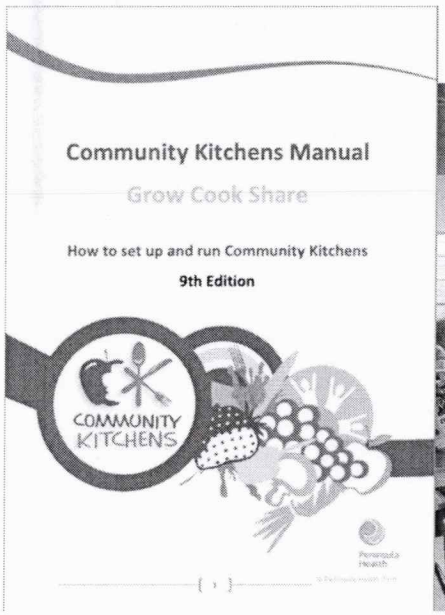
Organizații non-guvernamentale (de tipul *O masă caldă*), școli de gătit

Direcțiile sanitar-veterinare si de sănătate

## EXEMPLE

https://morningchores.com/community-kitchen/

https://communitykitchens.org.au/wp-content/uploads/2019/05/CK-Manual-compressed.pdf






VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

ANEXĂ LA HOTĂRÂREA CONSILIULUI LOCAL AL SECTORULUI 1
Nr. 239 05 AUG 2026
PREȘEDINTE DE ȘEDINȚĂ
DOAMNA DALINA DUMITRACHE

ANEXA 3.7

MUNICIPIUL BUCUREȘTI CONSILIUL LOCAL SECTOR 1

| FIȘĂ DE PROIECT | Piața 1 Mai |
|---|---|




## OBIECTIV GENERAL

Modul de organizare al depozitării, vânzării, închirierii spațiilor este aflat sub controlul administrației locale (PS1). Acest rol permite controlul autorității locale asupra elementelor esențiale legate de marfă/produse:

a. **Calitate** – atragerea și comercializarea produselor cu sigla de calitate locală, în sistem de certificare locală a calității (local label S1) pentru controlul certificării de producător, a proveniență.

b. **Cantitate** – cantitați medii și mari – promovarea unui flux de afacere care asigura sustenabilitatea și atractivitatea vânzării către cumpărători care au nevoie de garanția proveniență, cantitate, recurență, păstrarea calității, fiscalitate clară. Accesul la cumpărare este dedicat în special producătorilor, însă și segmentului de vânzători tradiționali. Ambele categorii pot fi subiectul atestării locale a calitații în sistem S1.

c. **Preț și fiscalitate** – mercurial actualizat dedicat piețelor. Pe viitor se recomandă ca marfa să se cumpăre, depoziteze și vinde în condiții fiscale digitalizate.

VIZAT spre neschimbare SECRETAR GENERAL

d. **Fidelitatea** producătorilor și a cumpărătorilor în rulajul mărfii. Cumpărătorii pot fi atrași prin garanția calității sistemului de calitate al S1 (reprezentat de producător-intermediar-cumpărător-locație)

## SITUAȚIE ACTUALĂ

Piața 1 Mai este o piață de mici dimensiuni, care deservește însă o zonă densă de blocuri de-a lungul bulevardului Ion Mihalache .
Corpurile pieței sunt in proprietate publică și privată, fără subsol. Această situație este defavorabilă organizării și funcționării pieței.
Se recomandă ca Primăria Sectorului1 să se angajeze prin protocol de colaborare cu proprietarii privați, pentru reamenajarea unei piețe noi ca hală de dimensiuni medii.
Segmentele pieței se pot amenaja si etapizat, dar urmând un proiect unitar, care tratează întreaga piață.
În zonă se organizează recent și o piață volantă, care compensează necesarul de produse proaspete de producător artizanal pentru locuitorii și vizitatorii zonei.

## ELEMENTE DE TEMĂ DE PROIECT

**Tema de proiect pentru hala viitoarei piețe**

- Hala va fi de dimensiuni medii si va deservi strictul necesar al proximității, alături de o zonă de alimentație publică și socializare de scurtă durată. Alte atracții conexe vor putea fi amenajate în spațiile gastronomice adiacente (private) – de asemenea pe partea de alimentație și evenimente.
- Halele vor ave aun sistem de condiționare a aerului interior in hală și un sistem de iluminat economic și propice vânzării de produse.
- Partial se poate păstra acoperirea halei, pentru restul fiind recomandată înlocuirea.
- Amenajarea în acest spațiu exterior sau în interiorul halei a unei zone de expunere a tuturor etapelor procesului de ameliorare a noii piețe, cu o modalitate de preluarea a părerilor scrise, care poate juca permanent rolul de spatiu de informare și păstrare a relației primăriei cu cartierul.
- De asemenea se recomandă ca hala să dispună de o zonă de acces propice vehiculelor de aprovizionare și amplasarea zonei de depozitare conformă standardelor de păstrare a alimentelor.

**Măsuri de management și marketing**

Fidelizarea segmentului privat-micro de cumpărători poate fi făcută prin acordarea unui statut special („Cumpărător de calitate în S1") în cadrul sistemului de local labelling. Deschiderea acestei facilități pentru micro-cumpărători familiali va atrage fidelizarea față de piețele agroalimentare permanennte sau volante, care sunt în alte zone și promovează mândria locală.

VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

## INDICATORI DE PERFORMANȚĂ

- proiectarea și realizarea obiectivului
- gradul de satisfacție al vânzătorilor, cumpărătorilor, vizitatorilor, vecinilor
- încheierea de parteneriate cu actori din lanțul alimentar (restaurante)
- cantitatea rulată de marfă (depozitare și vânzare)
- numărul de vizitatori/cumpărători estimat
- numărul de producători-vânzători
- tipul de energie folosit (mix sustenabil)

## PARTENERI RECOMANDAȚI

Proprietarii privați ai spațiilor din piața actuală

Asociații de producători locali

Ministerul Agriculturii

Direcțiile sanitar-veterinare si de sănătate

Consiliul județean Ilfov

## EXEMPLE

https://www.lamberts.info/en/project/mercado-barcelo

Mercado Barcelo, Madrid



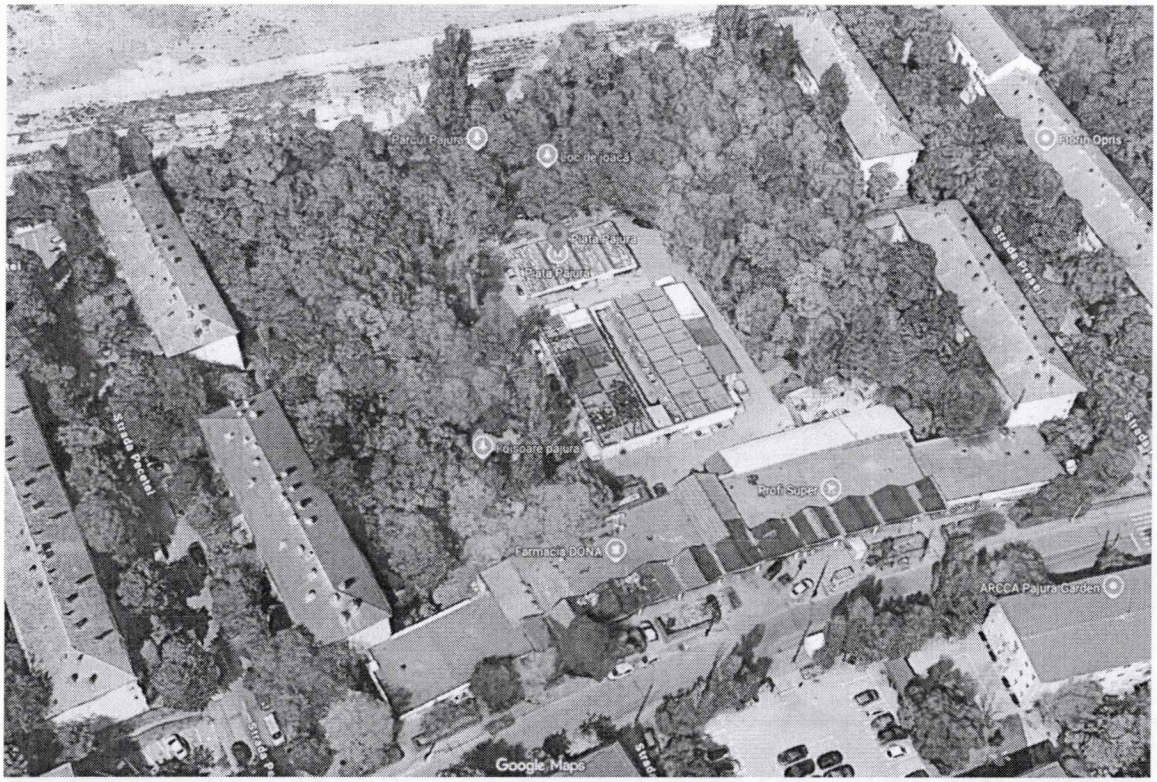

VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

ANEXĂ LA HOTĂRÂREA CONSILIULUI LOCAL AL SECTORULUI 1
Nr. 239 05 AUG 2026
Anexa 3.8
PREȘEDINTE DE ȘEDINȚĂ
MĂDĂLINA DUMITRACHE

ANEXA 3.8

MUNICIPIUL BUCUREȘTI CONSILIUL LOCAL SECTORUL 1

| FIȘĂ DE PROIECT | Piața Pajura |
|---|---|




## SITUAȚIE ACTUALĂ ȘI PERSPECTIVE

Piața Pajura a fost planificată ca piață de cartier în cadrul proiectului urbanistic al anilor 60. În timp, corpurile de clădire de la stradă au trecut în proprietate privată, rămânând dedicate comerțului și serviciilor. Zona de vânzare în aer liber acoperită a rămas în proprietate publică, fiind deosebit de degradată fizic, nefuncțională și folosită ca parcare informală.

## ELEMENTE DE TEMĂ

Având în vedere lipsa unei piețe agroalimentare propriu-zise în cartier si păstrarea memoriei colective a rezidenților si reclamarea nevoii unei piețe, se recomandă în prima fază organizarea în vecinătatea halei a unei piețe volante în spațiile reziduale nefolosite sau cu utilizarea temporară a unor spții de parcare la sol, pentru a continua memoria colectivă a locului de piață.

În timp, cu păstrarea funcționării pieței volante, se poate construi un corp de clădire în zona de tarabe, pentru organizarea de evenimente – o bucătărie cu loc de servit masa pentru

VIZAT spre neschimbare SECRETAR GENERAL

evenimente comunitare si școală de gătit. Acest tip de facilitate este în mare creștere a cererii pentru socializare și învățarea primilor pași ai gastronomiei, pentru adulți și copii.
Aceste bucătării comunitare pot fi folosite de organizatii non-guvernamentale pentru gătirea unor porții pentru distribuție gratuită persoanelor cu situație defavorabilă. Acest tip de activitate este recomoandabilă în toate spțiile organizate pentru gătit din piețele agroalimentare reabilitate din sector.

În vederea soluționării nevoilor de cartier se recomandă amenajarea și construirea de spații cu funcționare concomitentă pentru :

- Piața agro fixă, chiar dacă de dimnsiuni medii/mici, pentru deservide permanentă, eventual piața volantă cu caracter de weekend.
- Spațiu gastronomic (bucătărie comunitară) pentru a pregăti și oferi mâncare gătită pentru grupe dedicate ( ex. programul O masă caldă), organizarea de evenimente educativ-gastronimice (nutriție, cursuri de gătit, evenimente școlare, etc.) și o ofertă de evenimente sociale si culturale, cu aport important de socializare.




## INDICATORI DE PERFORMANȚĂ

- proiectarea și realizarea obiectivului
- gradul de satisfacție al utilizatorilor
- încheierea de parteneriate cu actori din lanțul alimentar
- numărul de utilizatori
- tipul de energie folosit (mix sustenabil)



VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL




## ETAPIZARE ȘI TERMENE ESTIMATIVE DE IMPLEMENTARE

**Etape ale implementării**

- Organizarea unei piețe săptămânale volante în vecinătate, pentru suplinirea nevoilor agroalimentare ale cartierului (în curs)
- Elaborarea documentelor de achiziție publică pentru proiectare complexă reamenajării clădirii, bazată pe criterii specifice de calitate (criterii „verzi" de sustenabilitate, calitate arhitecturală și inginerească) (2 luni)
- Studiu de fezabilitate pentru construcțiile noi (3 luni)
- Contractarea proiectelor tehnice - bazate pe criterii specifici de calitate (criterii „verzi" de sustenabilitate, calitate arhitecturală și inginerească) (6 luni)
- Contractarea construirii obiectivelor (3 luni)
- Construirea și recepționarea obiectivelor (18 luni)

## COST ESTIMATIV ȘI SURSA DE FINANȚARE

Costurile estimative sunt bazate pe indicatori generali de contruire și țin sema de complexitatea obiectivului
Buget estimativ – 1,5 mil.euro

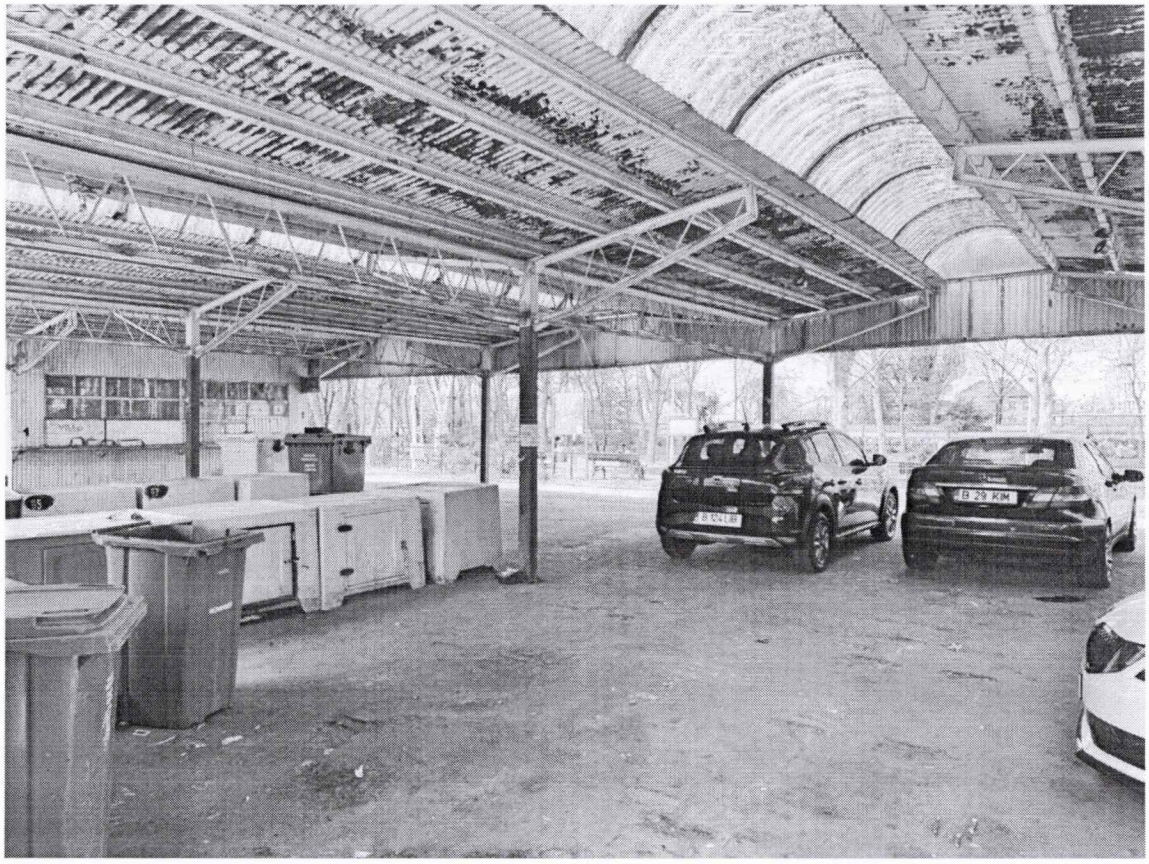
Sursa de finanțare – bugetul local și fonduri EU



VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

## CORELARE CU PLANUL DE ACȚIUNE

- Proiectul se înscrie în Planul de acțiune in Etapa 2 termen mediu (1-3 ani)



## STATUTUL PROIECTULUI

- Proiectul propus este prioritar
- Gradul de prioritate este mare, de importanță generală pentru Sectorul 1.

## PARTENERI RECOMANDAȚI

Parteneri privați care dezvoltă proiecte majore în zonă

Direcțiile sanitar-veterinare si de sănătate

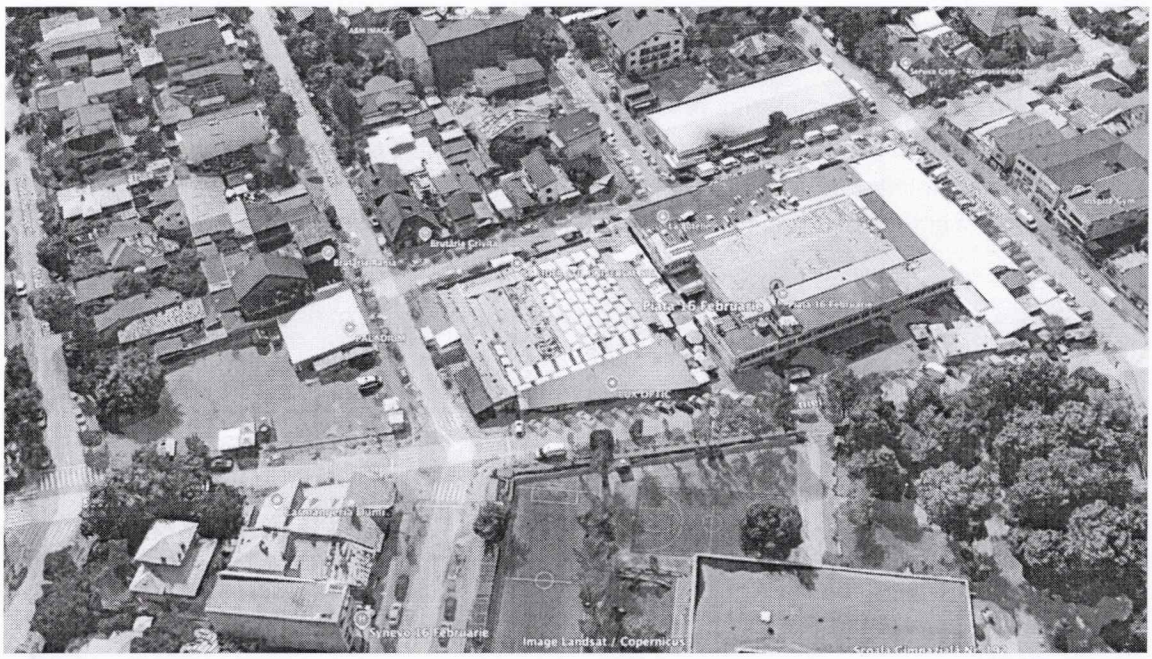


VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

ANEXĂ LA HOTĂRÂREA CONSILIULUI LOCAL AL SECTORULUI 1
Nr. 239
05 AUG 2026
PREȘEDINTE DE ȘEDINȚĂ
ANEXA 3.9.
MUNICIPIUL BUCUREȘTI CONSILIUL LOCAL SECTORUL 1



| FISĂ DE PROIECT | — | Piața 16 Februarie |
|---|---|---|




## OBIECTIV GENERAL

Modul de organizare al depozitării, vânzării, închirierii spațiilor este aflat sub controlul administrației locale (PS1). Acest rol permite controlul autorității locale asupra elementelor esențiale legate de marfă/produse:

a. **Calitate** – atragerea și comercializarea produselor cu sigla de calitate locală, în sistem de certificare locală a calității (local label S1) pentru controlul certificării de producător, a proveniență.

b. **Cantitate** – cantitați medii și mari – promovarea unui flux de afacere care asigura sustenabilitatea și atractivitatea vânzării către cumpărători care au nevoie de garanția proveniență, cantitate, recurență, păstrarea calității, fiscalitate clară. Accesul la cumpărare este dedicat în special producătorilor, însă și segmentului de vânzători tradiționali. Ambele categorii pot fi subiectul atestării locale a calitații în sistem S1.

c. **Preț și fiscalitate** – mercurial actualizat dedicat piețelor. Pe viitor se recomandă ca marfa să se cumpăre, depoziteze și vinde în condiții fiscale digitalizate.


VIZAT spre neschimbare SECRETAR GENERAL

d. **Fidelitatea** producătorilor şi a cumpărătorilor în rulajul mărfii. Cumpărătorii pot fi atraşi prin garanţia calităţii sistemului de calitate al S1 (reprezentat de producător-intermediar-cumpărător-locaţie)—

## SITUAŢIE ACTUALĂ

Piaţa 16 Februarie este una de mari dimensiuni si poziţionată într-o zonă care o face indispensabilă.
Situaţia cadastrală şi a proprietăţilor în timp a dus la o situaţie de blocaj temporar asupra controlului spaţiilor pieţei. După deblocarea acestuia, se recomandă proiectarea întregii zone comerciale, cu implementare etapizată, care va conţine o clădire nouă a pieţei cu rol de hala agro-alimentară şi zone comerciale în er liber, folosite si pentru evenimente. .

## ELEMENTE DE TEMĂ DE PROIECT

**Tema de proiect pentru hala funcţională** – cuprinde măsuri de asanare şi amenajare temporară şi de reparaţii şi înlocuiri ale unor elemente ale halei actuale.

- Demolarea corpurilor construite ilegal şi a amenajărilor temporare
- Evaluarea situaţiei siguranţei la incendiu şi rezistenţă structurală, prin expertiza specializată
- Curăţarea faţadelor
- Înlocuirea/montarea instalaţiilor de tratare şi preluare a aerului, cu rol de încălzire şi răcire
- Inlocuirea iluminatului interior
- Amenajarea de grupuri sanitare şi vestiare pentru vânzători
- Îmbunătăţirea condiţiilor de acces şi depozitare marfă şi deşeuri sortate
- Amenajarea unei zone pentru alimentaţie publică, considerată tradiţională şi un factor determinant din punct de vedere social al atractivităţii pieţelor.
- Amenajarea în acest spaţiu exterior sau în interiorul halei a unei instalaţii de expunere a tuturor etapelor procesului de ameliorare a noii pieţe, cu o modalitate de preluarea a părerilor scrise.
- Pentru activităţi de vânzare la faţa locului, de degustări, târguri şi prezentări va fi organizată şi o zonă de tarabe acoperite mobile/reversibile

**Tema de proiect pentru noua hală** – va fi consultată cu toţi actorii relevanţi şi cu comunitatea locală. Se recomandă elaborarea unui studiu local de mobilitate integrată pentru gestionarea traficului de aprovizionare şi vizitatori. De asemenea se recomandă ca piaţa să dispună de un subsol generos accesibil vehiculelor de aprovizionare, parcării vehiculelor vizitatorilor şi amplasarea în subzol a zonei frigorifice.

Zonele principale sunt:

VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL



2025. Montag Studio

- Zona de preluare și depozitare (cu depozite simple, la rece si congelare) și vânzarea mărfii, amplasată subteran, cu elevatoare de marfă către zona de comercializare
- Parcare publică și pentru comercianți - subterană
- Zonă pentru vânzare și alimentatie publică – tarabe, magazine, FoodHall

Accentul se va pune pe socializare, evenimente și alimentație publică al fel de mult ca pe comerțul de alimente. Pentru ca piața să devină din nou un loc de petrecut timp de calitate pentru mai multe segmente sociale/familiale, paleta de oferte comerciale și non-comerciale poate fi mult extinsă și facilitiată de spații non-comerciale de închiriat.

**Măsuri de management și marketing**
Fidelizarea segmentului privat-micro de cumpărători poate fi făcută prin acordarea unui statut special („Cumpărător de calitate în S1") în cadrul sistemului de local labelling. Deschiderea acestei facilități pentru micro-cumpărători familiali va atrage fidelizarea față de piețele agroalimentare permanennte sau volante, care sunt în alte zone și promovează mândria locală.

## INDICATORI DE PERFORMANȚĂ

- proiectarea și realizarea obiectivului
- gradul de satisfacție al vânzătorilor, cumpărătorilor, vizitatorilor, vecinilor
- încheierea de parteneriate cu actori din lanțul alimentar (producători)
- cantitatea rulată de marfă (depozitare și vânzare)
- numărul de vizitatori/cumpărători estimat
- numărul de producători-vânzători
- tipul de energie folosit (mix sustenabil)

## ETAPIZARE ȘI TERMENE ESTIMATIVE DE IMPLEMENTARE

**Etape ale implementării**

- Efectuarea studiilor de teren – cadastral, geotahnic, releveu edilitar subteran și al clădirilor existente (1 lună)
- Organizarea temporară a evenimentelor social-cultural-gastronomice pe amplasamentul eliberat și amenajat temporar, în perioada efectuării etapelor de achiziție și proiectare+avizare, până la predarea oficială a amplasamentului general către constructor la demararea lucrărilor de construire (opțional)
- Elaborarea documentelor de achiziție publică pentru proiectare complexă, bazată pe criterii specifici de calitate (criterii „verzi" de sustenabilitate, calitate arhitecturală și inginerească, flux alimentar) (1 lună)
- Studiu de fezabilitate pentru hala alimentară, depozitul alimentar și garajul subteran (3 luni + avizare)


VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

- Contractarea proiectelor tehnice - bazate pe criterii specifice de calitate (criterii „verzi" de sustenabilitate, calitate arhitecturală și inginerească, flux alimentar) (6 luni + avizare)
- Contractarea construirii obiectivelor (3 luni)
- Construirea și recepționarea obiectivelor (36 luni)
- Încheierea contractelor cu comercianții pentru vânzare și depozitare (3 luni)

## COST ESTIMATIV ȘI SURSA DE FINANȚARE

Costurile estimative sunt bazate pe indicatori generali de contruire și țin sema de complexitatea obiectivului
Buget estimativ – 15 mil.euro (teren, hală, depozit si parcare subterană)
Sursa de finanțare – bugetul local și fonduri EU

## CORELARE CU PLANUL DE ACȚIUNE

- Proiectul se înscrie în Planul de acțiune în Etapa 3 – termen lung

## STATUTUL PROIECTULUI

- Proiect prioritar, condiționat de alte intervenții
- Gradul de prioritate este mare, de importanță generală pentru sector, de asemenea locală pentru cartier
- Proiectul este condiționat de clarificarea situației cadastrale și a gestionării actuale a spațiilor, de organizarea parteneriatelor externe și rezervarea bugetului de implementare

## PARTENERI RECOMANDAȚI

Asociații de producători locali

Ministerul Agriculturii

Direcțiile sanitar-veterinare si de sănătate

Consiliul Județean Ilfov

Ordinul Arhitecților din România - pentru organizarea concursului de soluții pentru proiectul pieței



VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

## EXEMPLE

Mercat de Barceloneta, Barcelona https://www.mercatdelabarceloneta.com/index.php

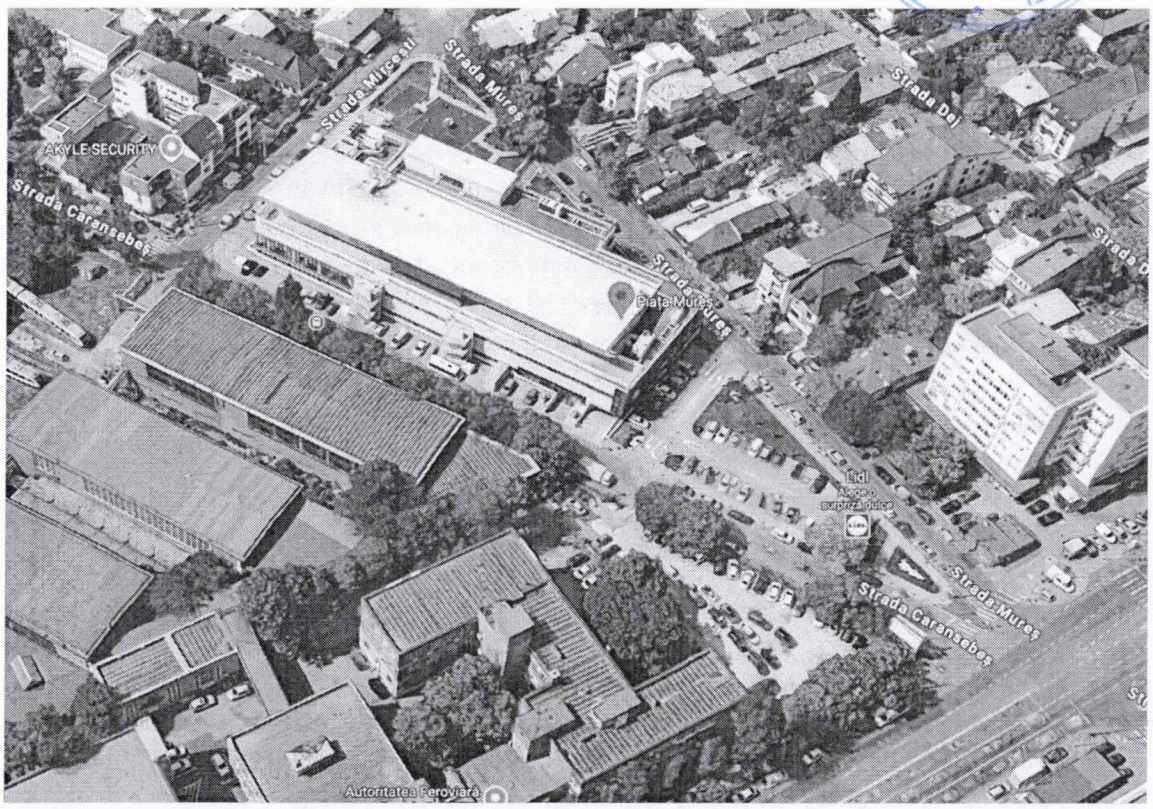


VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

ANEXĂ LA HOTĂRÂREA CONSILIULUI LOCAL AL SECTORULUI 1
Nr. 239 05 AUG 2026
PREȘEDINTE DE ȘEDINȚĂ
ANEXA 3.10.
MUNICIPIUL BUCUREȘTI CONSILIUL LOCAL SECTORUL 1

Piețele agroalimentare din Sectorul 1 București MASTERPLAN

| FISĂ DE PROIECT | Piața Mureș |
|---|---|




## SITUAȚIE ACTUALĂ ȘI PERSPECTIVE

Piața Mureș a fost cea mai mare piață agroalimentară din nordul Capitalei, pe axa nord-sud a Bulevardului Mihalache, pe care sunt amplasate in ritm aproximativ egal piețele Domenii și Ion Mihalache, încă funcționale. Hala agroalimentară a fost divizată pe etaje, o marte fiind închiriată unui operator de tip supermarket și restul este în curs de reamenajare ca centru pentru cetățeni la nivelul întregului sector.

## ELEMENTE DE TEMĂ

Având în vedere lipsa unei piețe agroalimentare propriu-zise, se recomandă organizarea în vecinătatea halei a unei piețe volante în spațiile reziduale nefolosite sau cu utilizarea temporară a unor spții de parcare la sol, pentru a continua memoria colectivă a locului de piață.

De asemenea, pentru a crește gradul de interes al cetățenilor din sector și a acoperi nevoi locale pe o rază de 2-3km, în spațiile rămase primăriei, se recomandă ca Primăria Sectorului1

VIZAT spre neschimbare SECRETAR GENERAL

să organizeze în gestiune proprie sau împreună cu un partener instituțional (Liceu cu profil alimentar, Universitatea de Agronomie) sau privat – o bucătărie cu loc de servit masa pentru evenimente comunitare si școală de gătit. Acest tip de facilitate este în mare creștere a cererii pentru socializare și învățarea primilor pași ai gastronomiei, pentru adulți și copii.
Aceste bucătării comunitare pot fi folosite de organizatii non-guvernamentale pentru gătirea unor porții pentru distribuție gratuită persoanelor cu situație defavorabilă. Acest tip de activitate este recomoandabilă în toate spțiile organizate pentru gătit din piețele agroalimentare reabilitate din sector.

O altă propunere complementară este de a testa posiblitiatea unui parteneriat în vecinătate pentru noua zonă de reconversie și regenerare urbană Ateleierele Grivița – Griro, care sunt în curs de planificare-aprobare. Această zonă, de mari dimensiuni și cu un viitor aprort semnificativ de populație nouă (rezidenți și angajați) va solicita potențial și o dotare urbană de tip piață agroalimentară permanentă, de dimensiuni medii-mari, care să sprijine nevoie de alimente proaspete dar si socializarea rezidenților în viitorul centru de cartier/ansamblu.

Pentru satisfacerea acestei nevoi sunt recomandate toate cele trei opțiuni principale, ele nefiiind deloc în contradicție în moementele de funcționare concomitentă:

- Piața agro fixă, chiar dacă de dimnsiuni medii/mici, pentru deservide permanentă
- Piața volantă cu caracter de târg sezonier/de weekend, sărbătoresc pentru a aduce producători speciali și a suplimenta oferta
- Hală gastronomică (Hood Hall) pentru a oferi mâncare gătită și o ofertă de evenimente sociale si culturale, cu aport important de socializare.






VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

## INDICATORI DE PERFORMANȚĂ

- proiectarea și realizarea obiectivului
- gradul de satisfacție al utilizatorilor
- încheierea de parteneriate cu actori din lanțul alimentar
- numărul de utilizatori
- tipul de energie folosit (mix sustenabil)

## ETAPIZARE ȘI TERMENE ESTIMATIVE DE IMPLEMENTARE

**Etape ale implementării**

- Organizarea unei piețe săptămânale volante în vecinătate, pentru suplinirea nevoilor agroalimentare ale cartierului (în curs)
- Elaborarea documentelor de achiziție publică pentru proiectare complexă reamenajării clădirii, bazată pe criterii specifice de calitate (criterii „verzi" de sustenabilitate, calitate arhitecturală și inginerească) (în curs)
- Studiu de fezabilitate pentru construcțiile existente transformate (în curs)
- Contractarea proiectelor tehnice - bazate pe criterii specifici de calitate (criterii „verzi" de sustenabilitate, calitate arhitecturală și inginerească) (în curs)
- Contractarea construirii obiectivelor (3 luni)
- Construirea și recepționarea obiectivelor (12 luni)

## COST ESTIMATIV ȘI SURSA DE FINANȚARE

Costurile estimative sunt bazate pe indicatori generali de contruire și țin sema de complexitatea obiectivului
Buget estimativ – 2 mil.euro

Sursa de finanțare – bugetul local și fonduri EU

## CORELARE CU PLANUL DE ACȚIUNE

- Proiectul se înscrie în Planul de acțiune in Etapa 2 termen mediu (1-3 ani)

## STATUTUL PROIECTULUI

- Proiectul propus este prioritar
- Gradul de prioritate este mare, de importanță generală pentru Sectorul 1.

## PARTENERI RECOMANDAȚI



VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

Parteneri privați care dezvoltă proiecte majore în zonă (Atelierele Grivița, de exemplu)

Direcțiile sanitar-veterinare si de sănătate

## EXEMPLE



https://www.dailybread.ca/events/community-kitchen-at-daily-bread-food-bank/



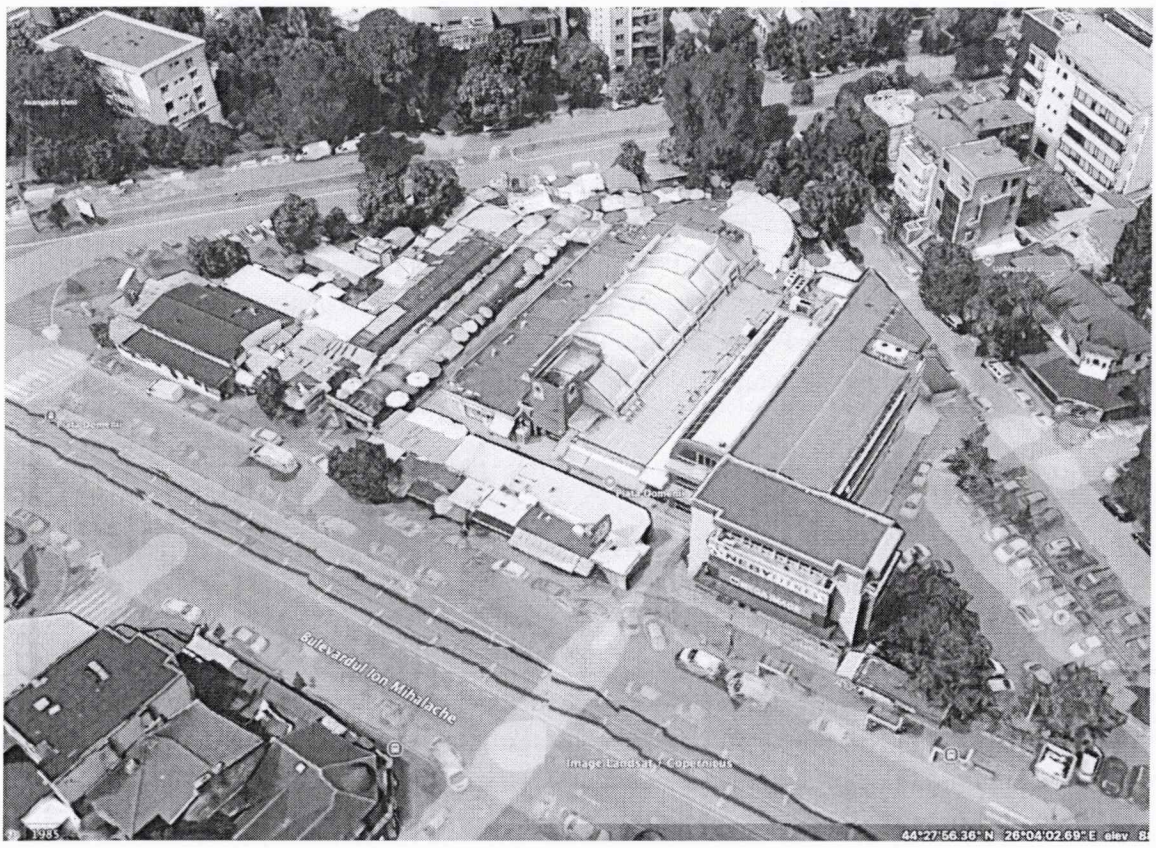


VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

ANEXĂ LA HOTĂRÂREA CONSILIULUI LOCAL AL SECTORULUI 1
Nr. 239 05 AUG 2026
PREŞEDINTE DE ŞEDINŢĂ
ANEXA 3.11.
Anexa 3.11

MUNICIPIUL BUCUREŞTI CONSILIUL LOCAL SECTORUL 1

| FISĂ DE PROIECT | Piața Domenii |
|---|---|




## OBIECTIV GENERAL

Modul de organizare al depozitării, vânzării, închirierii spațiilor este aflat sub controlul administrației locale (PS1). Acest rol permite controlul autorității locale asupra elementelor esențiale legate de marfă/produse:

a. **Calitate** – atragerea și comercializarea produselor cu sigla de calitate locală, în sistem de certificare locală a calității (local label S1) pentru controlul certificării de producător, a proveniență.

b. **Cantitate** – cantitați medii și mari – promovarea unui flux de afacere care asigura sustenabilitatea și atractivitatea vânzării către cumpărători care au nevoie de garanția proveniență, cantitate, recurență, păstrarea calității, fiscalitate clară. Accesul la cumpărare este dedicat în special producătorilor, însă și segmentului de vânzători tradiționali. Ambele categorii pot fi subiectul atestării locale a calitații în sistem S1.



VIZAT spre neschimbare SECRETAR GENERAL

c. **Preț și fiscalitate** – mercurial actualizat dedicat piețelor. Pe viitor se recomandă ca marfa să se cumpăre, depoziteze și vinde în condiții fiscale digitalizate.

d. **Fidelitatea** producătorilor și a cumpărătorilor în rulajul mărfii. Cumpărătorii pot fi atrași prin garanția calității sistemului de calitate al S1 (reprezentat de producător-intermediar-cumpărător-locație)

## SITUAȚIE ACTUALĂ

Piața Domenii este una dintre cele mai cunoscute si accesate piețe, care deservește o zonă densă de blocuri de locuințe și strazi adiacente cu densitate medie.
Situația cadastrală și a proprietăților în timp a dus la schimbarea proprietarilor pe unele corpuri de clădire. După clarificarea acestei situații, pentru o clădire nouă a pieței cu rol de hala agro-alimentară, se recomandă ca Primăria Sectorului1 să investigheze avantajele și posibilitățile organizarării unui concurs de soluții.

## ELEMENTE DE TEMĂ DE PROIECT

Situația corpurilor de clădire inițiale și a construcțiilor parazitare apărute ulterior, dintre care remarcabilă sunt cele care ocupa domeniul public-trotuarul bulevardului și statia de trasnport in comun, necesită o clarificare si o asanare prin demolare.

**Tema de proiect pentru hala actuală** – cuprinde măsuri de asanare și amenajare temporară și de reparații și înlocuiri ale unor elemente ale halei actuale.

- Evaluarea situației siguranței la incendiu și rezistență structurală, prin expertiza specializată
- Demolarea construcțiilor si anexelor construite ilegal
- Curățarea fațadelor
- Înlocuirea/montarea instalațiilor de tratare și preluare a aerului, cu rol de încălzire și răcire
- Inlocuirea iluminatului interior
- Amenajarea de grupuri sanitare și vestiare pentru vânzători
- Îmbunătățirea condițiilor de acces și depozitare marfă și deșeuri sortate
- Amenajarea unei zone pentru alimentație publică, considerată tradițională și un factor determinant din punct de vedere social al atractivității piețelor.
- Amenajarea în acest spațiu exterior sau în interiorul halei a unei instalații de expunere a tuturor etapelor procesului de ameliorare a noii piețe, cu o modalitate de preluarea a părerilor scrise.
- Pentru activități de vânzare la fața locului, de degustări, târguri și prezentări va fi organizată și o zonă de tarabe acoperite mobile/reversibile



VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

**Tema de proiect pentru noua hală** – va fi elaborată de specialiști angajați prin procedura de concurs de soluții și va fi consultată cu toți actorii relevanți și cu comunitatea locală. Se recomandă elaborarea unui studiu local de mobilitate integrată pentru gestionarea traficului de aprovizionare și vizitatori. De asemenea se recomandă ca piața să dispună de o zonă de acces propice vehiculelor de aprovizionare, parcării vehiculelor vizitatorilor și amplasarea zonei frigorifice.
Zonele principale sunt:

- Zona de preluare și depozitare (cu depozite simple, la rece si congelare) și vânzarea mărfii, amplasată în mod optim subteran, cu elevatoare de marfă către zona de comercializare
- Parcare publică și pentru comercianți - subterană
- Zonă pentru vânzare și alimentatie publică – tarabe, magazine, FoodHall

Accentul se va pune pe socializare, evenimente și alimentație publică al fel de mult ca pe comerțul de alimente. Pentru ca piața să devină din nou un loc de petrecut timp de calitate pentru mai multe segmente sociale/familiale, paleta de oferte comerciale și non-comerciale poate fi mult extinsă și facilitiată de spații non-comerciale de închiriat.

**Măsuri de management și marketing**
Fidelizarea segmentului privat-micro de cumpărători poate fi făcută prin acordarea unui statut special („Cumpărător de calitate în S1") în cadrul sistemului de local labelling. Deschiderea acestei facilități pentru micro-cumpărători familiali va atrage fidelizarea față de piețele agroalimentare permanennte sau volante, care sunt în alte zone și promovează mândria locală.

## INDICATORI DE PERFORMANȚĂ

- proiectarea și realizarea obiectivului
- gradul de satisfacție al vânzătorilor, cumpărătorilor, vizitatorilor, vecinilor
- încheierea de parteneriate cu actori din lanțul alimentar (producători)
- cantitatea rulată de marfă (depozitare și vânzare)
- numărul de vizitatori/cumpărători estimat
- numărul de producători-vânzători
- tipul de energie folosit (mix sustenabil)

## ETAPIZARE ȘI TERMENE ESTIMATIVE DE IMPLEMENTARE

**Etape ale implementării**

- Efectuarea studiilor de teren – cadastral, geotehnic, releveu edilitar subteran și al clădirilor existente (1 lună)



VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

- Contractarea serviciilor de organizare a concursului de soluții pentru proiectul pieței – optional și recomandat - (inclusiv a documentației tehnice de concurs și organizarea concursului de soluții (9 luni)
- Organizarea temporară a evenimentelor social-cultural-gastronomice pe amplasamentul eliberat și amenajat temporar, în perioada efectuării etapelor de achiziție și proiectare+avizare, până la predarea oficială a amplasamentului general către constructor la demararea lucrărilor de construire (opțional)
- Elaborarea documentelor de achiziție publică pe baza rezultatelor concursului, pentru proiectare complexă, bazată pe criterii specifici de calitate (criterii „verzi" de sustenabilitate, calitate arhitecturală și inginerească, flux alimentar) (1 lună)
- Studiu de fezabilitate pentru hala alimentară, depozitul alimentar și garajul subteran (5 luni + avizare)
- Contractarea proiectelor tehnice - bazate pe criterii specifice de calitate (criterii „verzi" de sustenabilitate, calitate arhitecturală și inginerească, flux alimentar) (6 luni + avizare)
- Contractarea construirii obiectivelor (3 luni)
- Construirea și recepționarea obiectivelor (36 luni)
- Încheierea contractelor cu comercianții pentru vânzare și depozitare (3 luni)

## COST ESTIMATIV ȘI SURSA DE FINANȚARE

Costurile estimative sunt bazate pe indicatori generali de contruire și țin sema de complexitatea obiectivului
Buget estimativ – 35 mil.euro (teren, hală, depozit si parcare subterană)

Sursa de finanțare – bugetul local și fonduri EU

## CORELARE CU PLANUL DE ACȚIUNE

- Proiectul se înscrie în Planul de acțiune in Etapa termen lung (peste 3 ani)

## STATUTUL PROIECTULUI

- Proiect prioritar, condiționat de alte intervenții
- Gradul de prioritate este mare, de importanță generală pentru cartier
- Proiectul este condiționat de clarificarea situației cadastrale și a gestionării actuale a spațiilor, de organizarea parteneriatelor externe și rezervarea bugetului de implementare



VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

## PARTENERI RECOMANDAȚI

Asociații de producători locali

Ministerul Agriculturii

Direcțiile sanitar-veterinare si de sănătate

Consiliul Județean Ilfov

## EXEMPLE

TimeOut market, Lisabona https://lisbonlanguagecafe.pt/time-out-market-in-lisbon/




VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

ANEXĂ LA HOTĂRÂREA CONSILIULUI LOCAL AL SECTORULUI 1
Nr. 233 05 AUG 2026 Anexa 3.12
PREŞEDINTE DE ŞEDINŢĂ

ANEXA 3.12.

MUNICIPIUL BUCUREŞTI CONSILIUL LOCAL SECTOR 1

| FIȘĂ DE PROIECT | Piața Herăstrău |
|---|---|




## SITUAȚIE ACTUALĂ ȘI PERSPECTIVE

Piața Herăstrău a fost o piața de cartier, al cărei teren a fost utilizat pentru construirea unei clădiri cu profil mixt (comert, alimentatie, birouri), în parteneriat prin concesiune pe termen lung a terenului

## ELEMENTE DE TEMĂ

Pentru a suplini nevoia de comerț de alimente se dezvoltă Piața Aviației (fisa de dedicată de proiect) și se oreganizează recurent o piață volantă pe străzile Burileanu Ștefan – Nicolae Caranfil.

## INDICATORI DE PERFORMANȚĂ

- proiectarea și realizarea obiectivului
- gradul de satisfacție al utilizatorilor
- încheierea de parteneriate cu actori din lanțul alimentar
- numărul de utilizatori



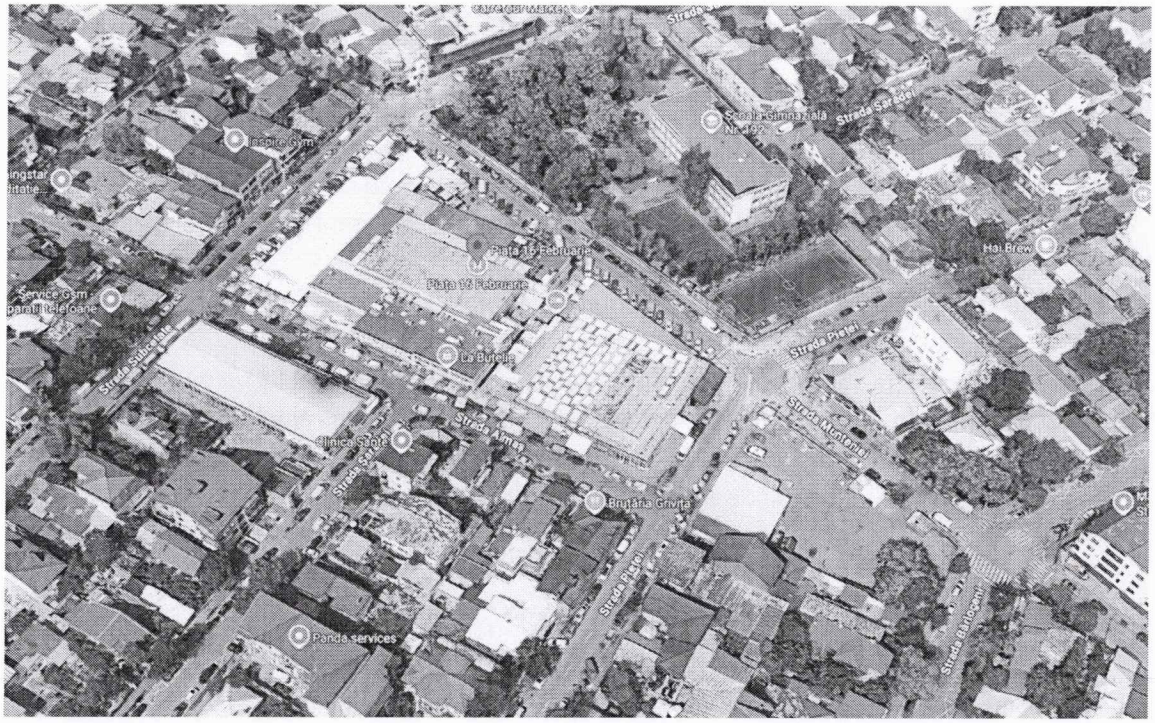
VIZAT spre neschimbare SECRETAR GENERAL

ANEXA 3.13

ANEXĂ LA HOTĂRÂREA CONSILIULUI LOCAL AL SECTORULUI 1
Nr. 239 05 AUG 2026
Anexa 3.13
PREȘEDINTE DE ȘEDINȚĂ
DANIELA DUMITRACHE

MUNICIPIUL BUCUREȘTI CONSILIUL LOCAL SECTORUL 1

| FISĂ DE PROIECT | Târg 16 Februarie |
|---|---|




## SITUAȚIE ACTUALĂ

Târgul 16 Februarie este, alături de piața propriu-zisă, un punct central în cartierul Bucureștii Noi pentru satisfacerea de nevoi comerciale cu produse si servicii de bază. Calitatea spațiilor și amenajărilor pentru comerț este slabă, fiind prezente numeroase improvizații în construcții temporare și instalații.

## ELEMENTE DE TEMĂ DE PROIECT

**Tema de proiect pentru zona 16 Februarie** – cuprinde măsuri de asanare și amenajare temporară și de reparații și înlocuiri ale unor elemente ale halei actuale.

- Demolarea corpurilor construite ilegal și a amenajărilor temporare
- Inlocuirea iluminatului improvizat
- Amenajarea de grupuri sanitare și vestiare pentru vânzători
- Îmbunătățirea condițiilor de acces și depozitare marfă și deșeuri sortate
- Amenajarea unei zone pentru alimentație publică, considerată tradițională și un factor determinant din punct de vedere social al atractivității piețelor.

VIZAT spre neschimbare SECRETAR GENERAL

- Pentru activități de vânzare la fața locului, de degustări, târguri și prezentări va fi organizată și o zonă de tarabe acoperite mobile/reversibile

**Tema de proiect pentru noua hală** – Se recomandă elaborarea unui studiu local de mobilitate integrată pentru gestionarea traficului de aprovizionare și vizitatori. De asemenea se recomandă ca piața să dispună de un o parcare generoasă (eventual subterană) accesibilă vehiculelor de aprovizionare, parcării vehiculelor vizitatorilor și amplasarea în subzol a zonei frigorifice.

Zonele principale sunt:

- Zona de preluare și depozitare (cu depozite simple, la rece si congelare) și vânzarea mărfii, amplasată subteran, cu elevatoare de marfă către zona de comercializare
- Parcare publică și pentru comercianți - subterană
- Zonă pentru vânzare și alimentatie publică – tarabe, magazine

Accentul se va pune pe socializare, evenimente și alimentație publică al fel de mult ca pe comerțul de alimente. Pentru ca piața să devină din nou un loc de petrecut timp de calitate pentru mai multe segmente sociale/familiale, paleta de oferte comerciale și non-comerciale poate fi mult extinsă și facilitiată de spații non-comerciale de închiriat.

## INDICATORI DE PERFORMANȚĂ

- proiectarea și realizarea obiectivului
- gradul de satisfacție al vânzătorilor, cumpărătorilor, vizitatorilor, vecinilor
- încheierea de parteneriate cu actori din lanțul alimentar (producători)
- cantitatea rulată de marfă (depozitare și vânzare)
- numărul de vizitatori/cumpărători estimat
- numărul de producători-vânzători
- tipul de energie folosit (mix sustenabil)

## ETAPIZARE ȘI TERMENE ESTIMATIVE DE IMPLEMENTARE

- corelare cu proiectul Piața 16 Februarie (fișă distinctă de proiect)

## COST ESTIMATIV ȘI SURSA DE FINANȚARE

Costurile estimative sunt bazate pe indicatori generali de contruire și țin sema de complexitatea obiectivului
Buget estimativ – 15 mil.euro (teren, hală, depozit si parcare)
Sursa de finanțare – bugetul local și fonduri EU



VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

## CORELARE CU PLANUL DE ACȚIUNE

- Proiectul se înscrie în Planul de acțiune în Etapa 3 – termen lung

## STATUTUL PROIECTULUI

- Proiect prioritar, condiționat de alte intervenții
- Gradul de prioritate este mare, de importanță generală pentru sector, de asemenea locală pentru cartier
- Proiectul este condiționat de clarificarea situației cadastrale și a gestionării actuale a spațiilor, de organizarea parteneriatelor externe și rezervarea bugetului de implementare

## PARTENERI RECOMANDAȚI

Asociații de producători locali

Ministerul Agriculturii

Direcțiile sanitar-veterinare si de sănătate

VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

ANEXĂ LA HOTĂRÂREA CONSILIULUI LOCAL AL SECTORULUI 1
Nr. 239 05 AUG 2026
PREȘEDINTE DE ȘEDINȚĂ
ANEXA 3.14
MUNICIPIUL BUCUREȘTI CONSILIUL LOCAL SECTOR 1



| FIȘĂ DE PROIECT | Piața 3 Februarie – str. Verbinelor |
|---|---|




## SITUAȚIE ACTUALĂ ȘI PERSPECTIVE

Piața 3 Februarie este o piață mică de cartier, care deservește o zonă preponderent de case. Spațiile pieței sunt momentan nefolosite.

## ELEMENTE DE TEMĂ

Având în vedere lipsa unei piețe agroalimentare propriu-zise și caracterul relativ izolat al cartierului Străulești, precum și poziția centrală a fostei piețe, se recomandă organizarea spațiul rămas a unei piețe volante de mici dimensiuni, pentru a continua memoria colectivă a locului de piață.

De asemenea, având în vedere și vecinătatea Școlii Gimnaziale nr.13, pentru a crește gradul de interes al cetățenilor din sector și a acoperi nevoi locale, se recomandă ca Primăria Sectorului1 să organizeze în gestiune proprie sau împreună cu un partener instituțional (Liceu cu profil alimentar, Universitatea de Agronomie) sau privat – o bucătărie comunitară cu loc de servit masa pentru evenimente comunitare si școală de gătit. Acest tip de facilitate este în mare creștere a cererii pentru socializare și învățarea primilor pași ai gastronomiei, pentru adulți și



VIZAT spre neschimbare SECRETAR GENERAL

copii. Aceste bucătării comunitare pot fi folosite de organizatii non-guvernamentale pentru gătirea unor porţii pentru distribuţie gratuită persoanelor cu situaţie defavorabilă. Acest tip de activitate este recomoandabilă în toate spţiile organizate pentru gătit din pieţele agroalimentare reabilitate din sector.

## INDICATORI DE PERFORMANŢĂ

- proiectarea şi realizarea obiectivului
- gradul de satisfacţie al utilizatorilor
- încheierea de parteneriate cu actori din lanţul alimentar
- numărul de utilizatori
- tipul de energie folosit (mix sustenabil)

## ETAPIZARE ŞI TERMENE ESTIMATIVE DE IMPLEMENTARE

**Etape ale implementării**

- Efectuarea studiilor de teren – cadastral, geotehnic, releveu edilitar subteran şi al clădirilor existente (1 lună)
- Contractarea serviciilor de demolare parţială a structurilor existente şi curăţarea amplasamentului (opţional)
- Organizarea unei pieţe săptămânale volante pe amplasament în perioada efectuării etapelor de achiziţie şi proiectare+avizare, până la predarea oficială a amplasamentului către constructor la demararea lucrărilor de construire (opţional)
- Elaborarea documentelor de achiziţie publică pentru proiectare complexă, bazată pe criterii specifice de calitate (criterii „verzi" de sustenabilitate, calitate arhitecturală şi inginerească, flux alimentar) (1 lună)
- Studiu de fezabilitate pentru construcţii existente transformate şi altele noi eventual (2 luni + avizare)
- Contractarea proiectelor tehnice - bazate pe criterii specifici de calitate (criterii „verzi" de sustenabilitate, calitate arhitecturală şi inginerească, flux alimentar) (4 luni + avizare)
- Contractarea construirii obiectivelor (3 luni)
- Construirea şi recepţionarea obiectivelor (12 luni)
- Încheierea contractelor cu comercianţii (3 luni)

## COST ESTIMATIV ŞI SURSA DE FINANŢARE

Costurile estimative sunt bazate pe indicatori generali de contruire şi ţin sema de complexitatea obiectivului

Buget estimativ – 5 mil.euro (teren, construcţii)



VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

Sursa de finanțare – bugetul local și fonduri EU

## CORELARE CU PLANUL DE ACȚIUNE

- Proiectul se înscrie în Planul de acțiune in Etapa 2 – termen mediu (1-3 ani)

## STATUTUL PROIECTULUI

- PROPUS/PRIORITAR/CONDIȚIONAT DE ALTE INTERVENȚII
- Gradul de prioritate este mediu, de importanță locală pentru cartier
- Proiectul este condiționat de clarificarea situației cadastrale și rezervarea bugetului de implementare

## PARTENERI RECOMANDAȚI

Organizații non-guvernamentale (de tipul *O masă caldă*), școli de gătit

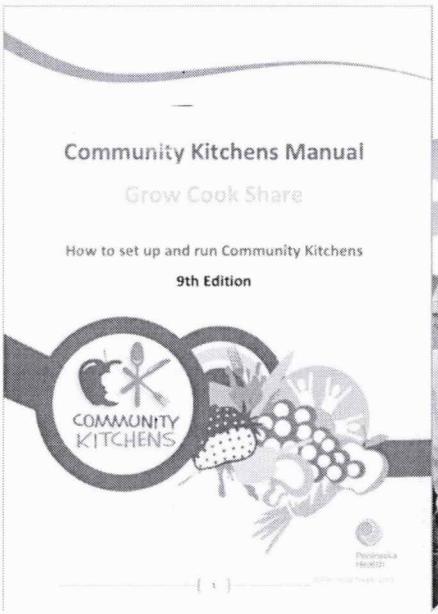
Direcțiile sanitar-veterinare si de sănătate

## EXEMPLE

https://www.whyilovewhereilive.com/blogs/blog/caridad-community-kitchen-flourishing-through-food?srsltid=AfmBOopQslUlOrraZxSQcF64B3U6GlOeNNHb6nHkaSh7wlQRC1lpHLGX

https://communitykitchens.org.au/wp-content/uploads/2019/05/CK-Manual-compressed.pdf

VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL






https://www.lemonde.fr/en/economy/article/2025/12/17/inside-one-of-new-york-s-community-kitchens-at-the-forefront-of-the-cost-of-living-crisis-in-the-united-states_6748570_19.html



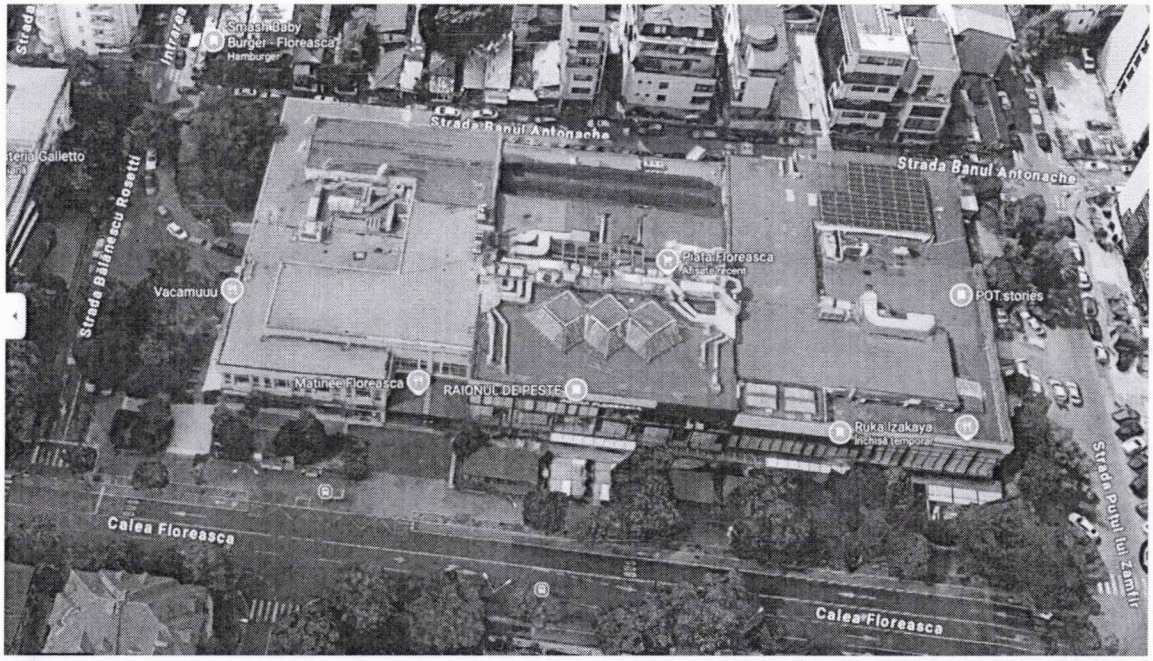
VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

ANEXĂ LA HOTĂRÂREA CONSILIULUI LOCAL AL SECTORULUI 1
Nr. 239 05 AUG 2026
Anexa 3.15
PREȘEDINTE DE ȘEDINȚĂ
D-ra ATALINA AVRITRACHE

ANEXA 3.15

Pieţele agroalimentare din Sectorul 1 Bucureşti/MASTERPLAN

| FIȘĂ DE PROIECT | Piața Floreasca |
|---|---|




## SITUAȚIE ACTUALĂ ȘI PERSPECTIVE

Piața Floreasca este o clădire de mari dimensiuni, construită ca în centrul de cartier Floreasca, dedicată alimentației publice. Corpurile de clădire au trecut în proprietate privată, cu păstrarea funcțiunii principale de alimentație publică, însă cu eliminarea pieței agroalimentare și constituirea clădirii ca pol pentru gastronomie rafinată de nivel înalt. În acest mod cartierul si-a pierdut piața și lipsa spațiilor construite au dus la organizare cu regularitate a unei piețe volante în zona Parcului Automatica.

În apropiere se dezvoltă o hală gastronomică majoră (Marketta) și numărul mare de locații gastronomice în polul de cartier îi întărește profilul de destinație gastronomică.

## ELEMENTE DE TEMĂ

În timp, cu păstrarea funcționării pieței volante, se poate căuta un corp de clădire pentru organizarea unei piețe.

## INDICATORI DE PERFORMANȚĂ

- proiectarea și realizarea obiectivului
- gradul de satisfacție al utilizatorilor
- încheierea de parteneriate cu actori din lanțul alimentar
- numărul de utilizatori
- tipul de energie folosit (mix sustenabil)



VIZAT spre neschimbare SECRETAR GENERAL

## ETAPIZARE ŞI TERMENE ESTIMATIVE DE IMPLEMENTARE

**Etape ale implementării**

- Organizarea unei pieţe săptămânale volante în vecinătate, pentru suplinirea nevoilor agroalimentare ale cartierului (în curs)

## CORELARE CU PLANUL DE ACŢIUNE

- Proiectul (piaţa volanta Florească) se înscrie în Planul de acţiune in Etapa 1 termen scurt (12 luni)

## STATUTUL PROIECTULUI

- Proiectul propus este prioritar
- Gradul de prioritate este mare, de importanţă pentru Cartierul Florească.

## PARTENERI RECOMANDAŢI

Parteneri privaţi care dezvoltă proiecte majore în zonă

Direcţiile sanitar-veterinare si de sănătate



VIZAT
spre neschimbare

ANEXĂ LA HOTĂRÂREA CONSILIULUI LOCAL AL SECTORULUI 1
Nr. 239
05 AUG 2026
Anexa 3.16
PREȘEDINTE DE ȘEDINȚĂ
ANEXA NR. 3.16



| FIȘĂ DE PROIECT | FoodHubS1 |
|---|---|

MUNICIPIUL BUCUREȘTI CONSILIUL LOCAL SECTORUL 1

## OBIECTIV

Abordarea unui rol central în lanțul alimentar local scurt (scurtarea traseului dintre producție și consum) și în controlul și promovarea calității produselor, prin introducerea unui segment esențial în gestiunea calității, aflat sub controlul administrației locale (PS1). Acest segment este reprezentat de o facilitate tehnică și financiară, cu rol de intermediere între producători și cumpărători (en-gros). Acest rol permite controlul autorității locale asupra elementelor esențiale legate de marfă/produse:

a. **Calitate** – atragerea și dispersia produselor cu sigla de calitate locală, în sistem de certificare locală a calității (local label S1) pentru controlul certificării de producător, a proveniență, dar și a unor actori din segmentul de cumpărători (instituții și privați).

b. **Cantitate** – cantitați medii și mari – promovarea unui nivel de afacere care asigura legătura între producătorii de capacitate și cumpărătorii care au nevoie de cantitate, recurență, păstrarea calității, fiscalitate clară. Accesul la cumpărare este dedicat în special sectorului en-gros, dar Hub-ul poate avea si o zonă de vânzare en-detail.

c. **Preț și fiscalitate** – mercurial dedicat acestui FoodHub, mai accesibil decât cel din piețele agro. Marfa se cumpără, depozitează și vinde în condiții fiscale digitalizate.

d. **Fidelitatea** producătorilor și a cumpărătorilor în rulajul mărfii. Cumpărătorii pot fi atrași într-un sistem de abonament, pentru a avea legitimații dedicate – în susținerea sistemului de calitate al S1 (reprezentat de producător-intermediar-cumpărător-locație)

## SITUAȚIE ACTUALĂ

Acest tip de facilitate există în București în Sectorul5, gestionată privat cu succes.
Alte orașe din țară au amenajat asemnea „piețe de gros", cu acelasi obiectiv, de a facilita transferul, calitatea și prețul mărfii. Piețele acestea au un mercurial propriu.

## INDICATORI DE TEMĂ DE PROIECT

FoodHubS1 este o construcție cu caracter industrial-depozitare (hală, hale), cu o platformă de parcare pentru vehicule de gabarit si tonaj mare, cu guri de conectare pentru autoremorci.



VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

Clădirile vor fi echipate tehnic cu instalații de răcire pe diferite niveluri de temperatură (de la congelare la rece de păstrare curentă).

Va fi optim poziționat în zona periferică a sectorului, cu acces auto bun dinspre zona metropolitană, regiune, conectat la centura municipală și principalele artere de acces auto.

Această instituție este dedicată rulajului de marfă în regim en-gros, însă, așa cum a fost cazul în alte orașe, promovarea Hub-ului ca loc unde se găsesc produse de calitate garantată la prețuri mai mici decât la piață a dus la o cerere de cumpărare de la persoane private.
Pentru acest segment se poate organiza o zonă de vânzare, cu sugestia de a fi întrunite anumite condiții: cumpărătura minimă la saci/cantități mai mari (min 10kg/sort), vânzarea în anumite zile când traficul instituțional este mai scăzut (weekend). Desigur, perioadele tradiționale – perioadele de făcut conserve (gemuri, zacuscă, murături) pot constitui excepții. Fidelizarea segmentului privat-micro poate fi de asemenea făcută prin acordarea unui statut special („Cumpărător de calitate în S1") în cadrul sistemului de local labelling. Deschiderea acestei facilități pentru micro-cumpărători familiali nu face concurență piețelor agroalimentare permanennte sau volante, care sunt în alte zone, au mai puțină marfă disponibilă.

Pentru activități de vânzare la fața locului, de degustări, târguri și prezentări va fi organizată și o zonă de tarabe acoperite.

**FACILITĂȚI**

- Preluare-depozitare în boxe de dimensiuni diferite (cu acces constrolat al gestionarului și al chiriașului)
- Comercializare pentru parteneri dedicați și ocazional/sezonier pentru cumpărători individuali (recomandat pe baza atestării Label Sector1obținută gratuit și digital)

PRODUCĂTORII

Spațiile amenajate specializat (depozite de frig, rampe de acces, elevatoare de manipulare, rafturi de mare gabarit) permit producătorilor locali să beneficieze de următoarele opțiuni

a. Depoziteze marfa temporar în regim de chirie – în caz că sunt vânzători în piețe. Chiria oferă boxe cu acces individual pentru refrigerare sau congelare, depozite simple.
b. Vândă marfa către Sectorul1, marfa fiind depozitată în vederea vânzării către cumpărători

Pentru beneficiul producătorilor, cumpărătorilor, gestionarului si a altor parteneri, clădirea va dispune și de săli de discuții și negocieri, o sală de ședințe și prezentăr. Zona tehnică va conține și o zonă de birouri pentru administrare, vestiare cu dușuri și grupuri sanitare.

CUMPĂRĂTORII

Cumpărătorii din această categorie (en-gros) sunt interesați de: predictibilitate, cantitate și calitate certificată și constantă, fiscalitate legală, prețuri preferențiale (mai mici decât în piețe și comerțul privat), controlul unui partener de încredere și stabil (PS1)

Cumpărători Instituționali



VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

- Cantine ale instituțiilor: primăria, spitale, școli și grădinițe, armata, interne, parlament, guvern

Cumpărători Privați organizați

- sectorul HORECA, gastronomic,
- lanțurile de magazine alimentare – mici, medii și mari (supermarket-uri)
- vânzătorii din piețele agroalimentare (și ei certificați local de sistemul S1)

## INDICATORI DE PERFORMANȚĂ

- proiectarea și realizarea obiectivului
- încheierea de parteneriate cu actori din lanțul alimentar (producători și cumpărători)
- cantitatea rulată de marfă (achiziție și vânzare)
- numărul de abonați (producători și cumpărători)
- tipul de energie

## ETAPIZARE ȘI TERMENE ESTIMATIVE DE IMPLEMENTARE

**Etape ale implementării**

- Identificarea, rezervarea sau achiziția terenului necesar (3-12 luni)
- Efectuarea studiilor de teren – cadastral, geotehnic, releveu edilitar subteran și eventual al clădirilor existente (1 lună)
- Elaborarea documentelor de achiziție publică pe baza rezultatelor concursului, pentru proiectare complexă, bazată pe criterii specifici de calitate (criterii „verzi" de sustenabilitate, calitate arhitecturală și inginerească, flux alimentar) (1 lună)
- Studiu de fezabilitate pentru hală, platformă, depozitul alimentar și parcare (6 luni + avizare)
- Contractarea proiectelor tehnice - bazate pe criterii specifice de calitate (criterii „verzi" de sustenabilitate, calitate arhitecturală și inginerească, flux alimentar) (6 luni + avizare)
- Contractarea construirii obiectivelor (3 luni)
- Construirea și recepționarea obiectivelor (24 luni)
- Încheierea contractelor cu comercianții pentru depozitare (3 luni)

## COST ESTIMATIV ȘI SURSA DE FINANȚARE

Costurile estimative sunt bazate pe indicatori generali de construire și țin sema de complexitatea obiectivului



VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

Buget estimativ – 20mil.euro (platformă, hală, depozit si parcare subterană) – fără costuri de asigurare a terenului necesar

Sursa de finanțare – bugetul local și fonduri EU

## CORELARE CU PLANUL DE ACȚIUNE

- Proiectul se înscrie în Planul de acțiune la etapa 3 – termen lung (peste 3 ani)

## STATUTUL PROIECTULUI

- Proiect prioritar, condiționat de alte intervenții
- Gradul de prioritate este major, de importanță generală pentru sector și Capitală, de asemenea pentru Ilfov si județele învecinate (ca si facilitate importantă a lanțului alimentar local și regional)
- Proiectul este condiționat de asigurarea terenului și rezervarea bugetului de implementare

## PARTENERI RECOMANDAȚI

Asociații de producători locali

Ministerul Agriculturii

Direcțiile sanitar-veterinare si de sănătate

Deținători de terenuri și active (concesiuni)

Consiliul Județean Ilfov

## EXEMPLE

AgroTransilvania Cluj https://agrotransilvania.ro cu model de guvernanță participativă transparent, accesibil la https://drive.google.com/drive/folders/1MwUpdQPLrqt6HPlQMKcl8QVwtysulUmX

Serviciile oferite acoperă toate scenariile de sprijin pentru producători si accesul cumpărătorilor, în gadrul de gestiune si calitate reglementat și garantat de autoritatea locală



VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

agro

Despre noi Servicii Clienţii noştri Testimoniale Guvernanţă corporativă Noutăţi Contact

**Boxe congelare**

Destinate produselor de origine animală şi vegetală. 24 de boxe, cu o suprafaţă totală de 560 m².

Vezi mai mult

**Boxe refrigerare**

Destinate produselor de origine animală şi vegetală. 47 de boxe, cu o suprafaţă totală de 760 m².

Vezi mai mult

**Tonete legume şi fructe**

Destinate depozitării şi comercializării de produse agroalimentare. 47 de tonete, cu o suprafaţă de 2.500 m². Dimensiuni cuprinse între 50 şi 150 m².

Vezi mai mult

**Locuri în piaţă**

Destinate comercializării de produse agroalimentare în regim en-gros. 184 de locuri, cu o suprafaţă de 6.500 m².

Vezi mai mult

**Depozite**

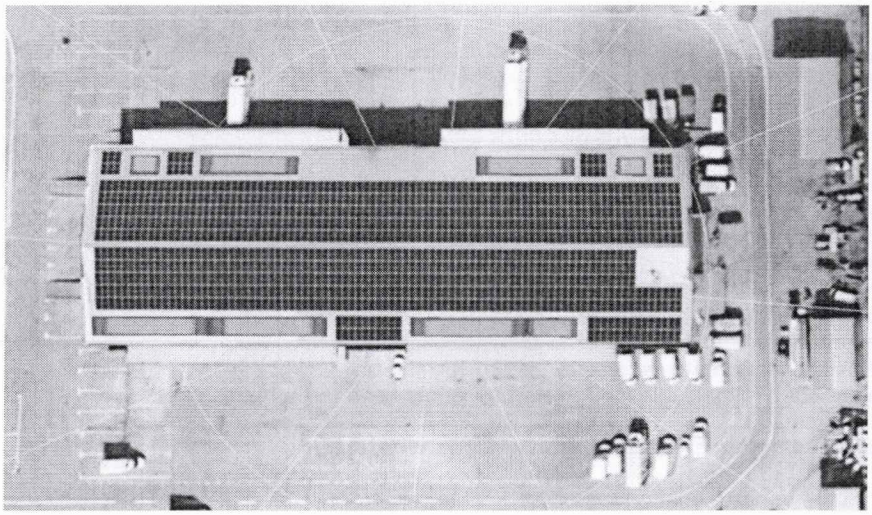
Destinate depozitării şi comercializării de orice fel. 16 depozite, cu o suprafaţă de 2.200 m².

Vezi mai mult

**Spaţii pentru birouri**

11 birouri, cu o suprafaţă de 350 m².

Vezi mai mult



VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

https://www.grossmarkt-hamburg.de/en/

https://www.grossmarkt-hamburg.de/en/contact-press/press-contact-downloads

## City supplier and fresh produce centre for the north: Wholesale Market Hamburg fruit, vegetables and flowers

The green heart of Hamburg is Germany's largest fresh produce centre for fruit, vegetables and flowers. For more than 100 years – 60 of them in Hammerbrook – the wholesale market has been supplying Northern Germany, Scandinavia and Eastern Europe with fresh produce. The catchment area today comprises around ten million people. As a municipal company, Wholesale Market Hamburg not only feels obliged to guarantee a continuous supply of fresh goods, but product variety and best quality are also top priorities at all times. The wholesale market is a safe, regulated place for fresh produce and complies with all requirements, as a certified food business with comprehensive hygiene and quality management in accordance with DIN standards 9001 and 22000.
Without the fresh fruit and vegetables from the wholesale market, not only would our plates look rather dull, but many shelves in the supermarkets would also be empty. For while many of us are still asleep, the Wholesale Market Hamburg is bustling with activity. Seven days a week, around the clock, 330 small and medium-sized enterprises ensure that roughly 6,200 commercial customers receive the best quality fruit, vegetables and flowers, from a range of both regional and overseas producers from around the world, so that they are at the grocer's shop early in the morning and our favourite restaurant can offer the freshest meals.

**Important economic factor for Hamburg**

With an annual turnover of two billion euro, the Wholesale Market Hamburg is the most important trading centre for fruit and vegetables in Germany and among the top 10 in Europe. Its location directly at the port, the main railway station in its immediate vicinity and the direct connection to the motorway guarantee short distances and the utmost freshness when the goods are delivered to shops. Its importance is also reflected in the full utilisation of the trading and storage areas. Customers and traders with an electric vehicle benefit from the e-charging points installed in the market's parking area.
The wholesale market ranks 15th among Hamburg employers, with more than 3,000 employees. Showcasing both small and medium-sized businesses, the Wholesale Market Hamburg features on the list of semi-international employers in Hamburg, thus contributing to the economic growth and tax revenue of our city. Management of Wholesale Market Hamburg has been inthe hands of Managing Director Eliane Steinmeyer since 2015.

**Family businesses, freshness, leisure – the diversity of the wholesale market**

The wholesale market promises variety, quality, expertise – all in one place. Our producers and wholesalers are experts when it comes to fresh food. They are predominantly family businesses, some already in their 4th or 5th generation as wholesalers. They supply supermarkets, independent specialist retailers, the catering trade as well as hotels, canteens and hospitals. The Wholesale Market Hamburg also supplies the popular weekly market traders with fresh food and flowers. With their extensive, high-quality assortments, the market traders thus make an indispensable contribution to healthy nutrition in Hamburg. And yet Hamburg's wholesale market, as the 'green heart of Hamburg', doesn't just pump freshness into the city.
Even if end consumers can't shop themselves at the wholesale market in Hammerbrook, anyone who's interested has the opportunity to experience the trade live as part of a guided tour in the early hours of the morning. With the Mehr!Theater in the market hall, and the German Additives Museum (Zusatzstoffmuseum) with its outdoor area where concerts and events are held regularly, the Wholesale Market Hamburg is also an important cultural hub.
Buyers, traders and consumers can find information about products and players at the Wholesale Market Hamburg on our website, our newsblog FRISCHH & KNACKIG, as well as on Facebook and Instagram.



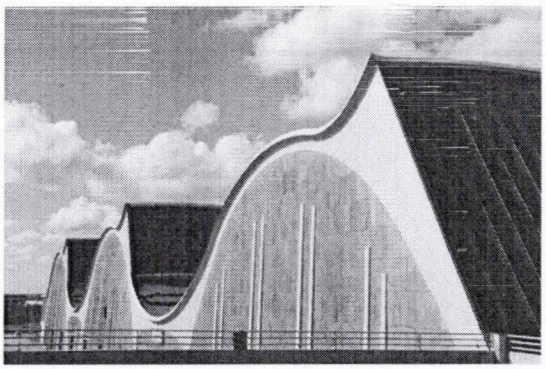
VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL

# The market hall

The fruit and vegetable hall measures 220m x 183m, the height of the hall is 21 metres. The basement and ground floor each measure 40,000m², the mezzanine floor covers 17,000m². The offices in the building take up about 2,500m².

The market's flower hall is somewhat smaller, measuring 180m x 57m with a height of 14 metres. It consists of the basement with 8,000m², the ground floor with 10,260m² and 400m² of office space.

The market hall has been listed as a historic building since 1996.



# The market site

The market site covers a total area of 27 hectares. The area of the handling facilities amounts to 55,167m², loading and unloading areas for the buyers take up 88,538m².

Company parking spaces cover a total of 17,459m².

28,360m² of the retail space is owned by private companies. 26,807m² are let to market companies.

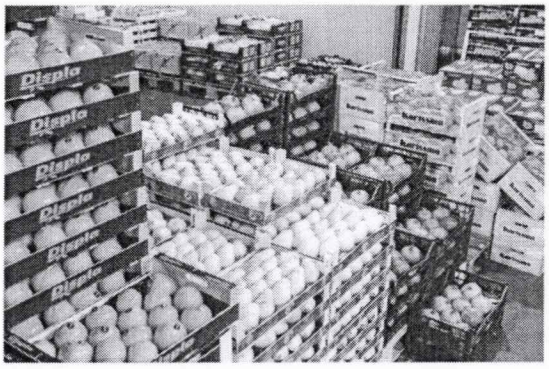


# The handling of goods

330 market companies with more than 3,000 employees handle 1.5 million tonnes of goods at the Wholesale Market Hamburg every year. The value of these goods (fruit and vegetables) amounts to approx. 2 billion euro.

The Wholesale Market Hamburg currently has around 6,200 commercial customers.

The value of the flowers traded is estimated at 80 million euro.




VIZAT
spre neschimbare
SECRETAR GENERAL