

RAPORT EXPORT MORNING REPUBLICA TURCIA



Chișinău, ianuarie 2024



EXPORT MORNING

REPUBLICA TURCIA

Prezentul raport a fost elaborat de Agenția de Investiții, cu sprijinul analitic al companiei de consultanță CIVITTA, în cadrul Proiectului "Competitivitatea Întreprinderilor Micro, Mici și Mijlocii", derulat în Republica Moldova cu suportul Băncii Mondiale.

ABREVIERI

AFDB	GRUPUL BĂNCII AFRICANE DE DEZVOLTARE
ACD	Dialogul de cooperare din Asia
ASEAN	Asociația Națiunilor din Asia de Sud-Est,
AI	Amnesty International
ADB	Grupul Australia
ADB	Banca Asiatică de Dezvoltare
BIPM	Biroul Internațional de Greutăți și Măsuri
BIS	Banca Reglementărilor Internaționale
BLACKSEAFOR	Forța Navală a Mării Negre
BSEC (OCEMN)	Organizația de Cooperare Economică a Mării Negre
CE	Consiliul Europei
CEN	Comitetul European pentru Standardizare
CICA	Conferință privind interacțiunea și măsurile de consolidare a încrederii în Asia
Dezvoltare-8	Organizație de cooperare pentru dezvoltare între următoarele țări: Bangladesh, Egipt, Indonezia, Iran, Malaiezia, Nigeria, Pakistan și Turcia
G33	G33 coaliție de țări în curs de dezvoltare, înființată înainte de conferința ministerială de la Cancun din 2003, care s-au coordonat în timpul runde de la Doha a negocierilor OMC, în special în ceea ce privește agricultura
CERN (membru asociat)	Organizația Internațională pentru Cercetări Nucleare
EAPC	Consiliul de Parteneriat Euro-Atlantic
ECE	Comisia Economică ONU pentru Europa
EBRD	Banca Europeană pentru Reconstrucție și Dezvoltare
ITUC	Confederația Mondială a Sindicatelor (FSM)
G20	Grupul 20
IAEA	Agenția Internațională pentru Energie Atomică
IBRD	Banca Internațională pentru Reconstrucție și Dezvoltare
ICC	Camera de Comerț Internațională
ICAO	Organizația Aviației Civile Internaționale
ICRM	Comitetul Internațional al Crucii Roșii
ICSID	Centrul Internațional pentru Soluționarea Litigiilor privind Investițiile
IDA	Asociația Internațională de Dezvoltare
IEA	Agenția Internațională pentru Energie
IFAD	Fondul Internațional pentru Dezvoltarea Agriculturii
IFC	Corporația Financiară Internațională (BM)
IFRCS	Federația Internațională a Societăților de Cruce Roșie și Semilună Roșie
IHO	Organizația Internațională Hidrografică
ILO	Organizația Internațională a Muncii
IMF	Fondul Monetar Internațional
IMO	Organizația Maritimă Internațională
IMSO	Organizația Internațională a Sateliților Mobili

IOC	Consiliul Internațional al Olivelor
Interpol	Organizația Internațională a Poliției Criminale
IOC	Comitetul Olimpic Internațional
ISO	Organizația Internațională de Standardizare
IOM	Organizația Internațională a Migrației
IRENA	Agenția Internațională pentru Energia Regenerabilă
ITSO	Organizația Internațională de Telecomunicații și Sateliți
ITU	Uniunea Internațională a Telecomunicațiilor
IOICR	Organizația Interguvernamentală pentru Transportul Internațional Feroviar
NATO	Organizația Tratatului Atlanticului de Nord
NEA	Agenția pentru Energia Nucleară
NSG	Grupul de Furnizori Nucleari
OECD	Organizația pentru Cooperare și Dezvoltare Economică
OIC	Organizația Islamică de Cooperare
OPCW	Organizația pentru interzicerea Armelor Chimice
OSCE	Organizația pentru Securitate și Cooperare din Europa
CO (membru asociat)	Clubul de la Paris
PCA	Curtea Permanentă de Arbitraj
TAKM	Organizația agențiilor de aplicare a legii eurasiatice cu statut militar
TL/TRY	Lira turcească
TRACECA	Program Internațional de transport (UE)
OTS	Organizația Statelor Turcice (Consiliul de Cooperare al Statelor Vorbitoare de Turcă): Azerbaidjan, Kazahstan, Kârgâzstan, Turcia și Uzbekistan.
TURKPA	Adunarea Parlamentară a Statelor Turcice
TÜRKSÖY	Organizația Internațională a Culturii Turcice
UfM	Uniunea Mediteraneană
UIC	Uniunea Internațională a Căilor Ferate
UNCTAD	Conferința pentru Comerț și Dezvoltare a ONU
UNESCO	Organizația pentru Educație, Știință și Cultură a ONU
UN	Națiunile Unite
UNHCR	Comisarul de nivel Înalt pentru Refugiați a ONU
UNIDO	Organizația pentru Dezvoltare Industrială a ONU
UNITAR	Institutul pentru Instruire și Cercetare a ONU
UNMIBH	Misiunea ONU pentru Bosnia și Herțegovina
UNMIK	Misiunea ONU pentru Kosovo
UNEP	Programa NU pentru Mediu
UNIFIL	UN Interim Forțe în Liban
UNIKOM	Misiunea de Observare Irak-Kuweit a Națiunilor Unite
UNITAR	Institutul Națiunilor Unite pentru Formare și Cercetare
UPU	Uniunea Poștei Universale
WCO	Organizația Internațională a Vămirilor
WHO	Organizația Internațională a Sănătății
WIPO	Organizația Internațională a Proprietății Intelectuale
WMO	Organizația Internațională a Meteorologiei

WToO	Organizația Mondială a Turismului
WTO	Organizația internațională a Comerțului
WTQ	Organizația internațională a popoarelor turcice
ZC	Comitetul Zannger (exportatori nucleari)

CUPRINS

1. PROFIL DE ȚARĂ	7
1.1. Economie	9
1.2. Climat de afaceri	19
1.3. Participarea Turciei în cadrul organismelor internaționale	24
1.4. Clasamente internaționale: Turcia vs Republica Moldova	27
2. COMERȚUL INTERNAȚIONAL AL TURCIEI.....	29
2.1. Exporturile Turciei.....	31
2.2. Importurile Turciei	33
3. COMERȚUL EXTERIOR AL REPUBLICII MOLDOVA CU TURCIA.....	36
3.1. Volumul comerțului exterior al Republicii Moldova cu Turcia	36
3.2. Exporturile Republicii Moldova spre Turcia.....	37
3.3. Potențialul de export al Republicii Moldova spre Turcia.....	39
3.4. Importurile Republicii Moldova din Turcia	40
4. ACCESSAREA PIEȚEI DIN TURCIA DE CĂTRE PRODUCĂTORII EXTERNI	45
4.1. Procese și proceduri de import.....	45
4.2. Siguranța produselor și sistemul de control al calității la import și export în Turcia	48
4.3. Drepturile de proprietate intelectuală	51
4.4. Reguli de origine	52
4.5. Expoziții organizate în Turcia	52
5. PROFILUL CONSUMATORULUI.....	56
5.1. Constatări generale ce reflectă profilul pieței de consum a Turciei.....	56
5.2. Principalii factori de influență a consumatorilor turci.....	56
5.3. Obiceiuri alimentare	59
6. COMPORTAMENTE ÎN AFACERI ÎN TURCIA	60
7. ANEXA: ANALIZA FACTORILOR DE SUPORT ȘI DE DESCURAJARE AFERENT EXPORTULUI DE PRODUSE ÎN TURCIA, PER CATEGORIE DE PRODUS	64
8. LISTA FIGURILOR ȘI TABELELOR	71
8.1. Figuri	71
8.2. Tabele.....	71
SURSE BIBLIOGRAFICE.....	73

1. Profil de țară

Denumire oficială: Republica Turcia

Capitala: Ankara (2023: - 5.663 mln. locuitori)

Alte orașe importante: Istanbul, Izmir, Adana, Bursa, Gaziantep, Konya, Kayseri, Eskişehir, Mersin

Locație: Țara este întinsă pe două continente. 97% din suprafața țării se află în Asia de Sud-Vest (peninsula Anatolia) și 3% în Europa (peninsula Balcanică). Turcia are granițe cu opt țări: Grecia și Bulgaria la nord-vest; Georgia, Armenia și Azerbaidjan la nord-est; Iran (Persia) la est; Irak și Siria la sud.

Suprafață: 783.562 mp

Șeful statului: Recep Tayyip Erdoğan (2023)

Vice președinte: Cevdet Yılmaz (2023)

Organizare administrativ-teritorială: Turcia este organizată în 81 de provincii care, la rândul lor sunt împărțite administrativ în 957 de districte

Monedă națională: lira turcească (TL/ TRY)

Ora locală: GTM +3

Ziua națională: 29 octombrie, Ziua proclamării Republicii (în 1923)

Drapel: Steagul Turciei e format dintr-o semilună și o stea albă pe fond roșu. Steagul este numit adesea "Steaua și luna" (Ay Yıldız) sau "Steagul roșu" (bayrak). Steagul are o origine complexă, fiind aproape identic cu ultimul steag al Imperiului Otoman. Steagul era inițial doar o semilună pe un fundal verde, însă în 1793, sultanul Selim al III-lea a schimbat culoarea în roșu, iar în 1844 a fost adăugată steaua.

Imn: İstiklâl Marşı (marșul pentru independență) este din 12 martie 1921 imnul național al Republicii Turcia și de asemenea - de la declarația de independență din 1983 - a Ciprului de Nord.

Turcia este o țară transcontinentală Euro-asiatică. Turcia asiatică (conținând, în mare parte, Anatolia) este separată de Turcia europeană prin Bosfor, Marea Marmara și Dardanele (care, împreună, formează o verigă de ape între Marea Neagră și Marea Mediterană. Așezarea Turciei la **intersecția Europei cu Asia** o face să fie o țară de o mare importanță geostrategică, care de-a lungul istoriei sale, a acționat atât ca punte, cât și ca o barieră între cele două continente.

Țara are și o **varietate de reliefe**, incluzând **munți, platouri și câmpii**. Munții Pontici și Munții Taurus traversează țara de la nord la sud, iar cel mai înalt vârf aflat în întregime pe teritoriul Turciei este Mount Ararat (are două vârfuri „Araratul Mare” (5.165 m) și „Araratul Mic” (3.896 m). În Istanbul, este situat muntele Aydos, numit „muntele care cântă” datorită fenomenului interesant – atunci când este lovit cu un obiect dur, sună ca un clopot.

Țara este înconjurată de mări: Marea Egee - în Vest; Marea Neagră - în Nord și Marea Mediterană - în Sud. De asemenea, Turcia are ieșire și la Marea Marmara în Nord-Vest. Turcia are numeroase lacuri, printre care se numără și Lacul Van, unul dintre cele mai mari lacuri de altitudine din lume. Cele mai importante râuri sunt Râul Kızılırmak (Halys) și râul Sakarya. Datorită diversității sale geografice, Turcia are o varietate de climă. De la climat temperat la nord, la climat mediteranean pe litoralul sudic și climat continental în regiunile interioare, inclusiv Anatolia Centrală.

Drumul Mătășii, calea antică de comerț, trecea prin Anatolia, făcând Turcia o parte importantă a acestei rute vechi.

Turcia are o structură unitară în ceea ce privește organizarea administrativă. În acest cadru unitar, Turcia este subdivizată în **81 de provincii** în scopuri administrative. Fiecare provincie este împărțită în districte, reprezentând un total de **973 de districte**. Turcia este, de asemenea, divizată în **7 regiuni** (Marmara, Egeea, Marea Neagră, Anatolia Centrală, Anatolia de Est, Anatolia de Sud-Est și Mediterana) și **21 de subregiuni, reieșind din criterii geografice, demografice și economice**; aceasta nu se referă însă la o diviziune administrativă. Turcia este un sistem unitar extrem de centralizat, iar provinciile sunt subordonate centrului. Trei puteri (executivă, legislativă și judecătorească) sunt considerate ca principalele funcții ale statului, astfel **administrațiile locale au putere redusă** (au fost înființate doar pentru a furniza servicii).

Limba oficială a Turciei este limba turcă, deși sunt mai multe limbi minoritare care sunt vorbite de un număr mare al populației printre care kurda (kurmanji) și arabă. Patru limbi minoritare sunt recunoscute oficial în Republica Turcia prin Tratatul de la Lausanne din 1923 și Tratatul de prietenie dintre Turcia și Bulgaria din 18 octombrie 1925: armeană, greacă și ebraică. În 2013, Tribunalul Administrativ din Ankara a decis că prevederile Tratatului de la Lausanne privind minoritățile ar trebui să se aplice și asirienilor și limbii siriene. Potrivit articolului 42 din Constituția Turciei: *„Nici o altă limbă în afară de cea turcă nu ar trebui numită limba maternă a cetățenilor turci, în nici o instituție de formare sau educație. Limbile străine în instituțiile de formare și educare și regulile care triluiesc urmate de către școlile ce au acțiuni de formare și educare într-o limbă străină, vor fi determinate de lege. Previziunile tratatelor internaționale sunt rezervate”*.

TABEL 1. INFORMAȚII GENERALE COMPARATIVE: TURCIA-MOLDOVA

	TURCIA	MOLDOVA
Suprafață	totală: 783.562 km ² terestră: 767.890,76 km ² (98%) apă: 15.671 km ² (2%)	totală: 33,851 km ² terestră: 32,891 km ² apă: 960 km ²
Clima	Temperat-maritimă pe litoralul Mării Negre și subtropicală pe litoralul Mării Mediterane. Zonele de coastă ale Mării Marmara, inclusiv Istanbulul, care conectează Marea Egee și Marea Neagră au climă de tranziție între clima temperat mediteraneeană și cea temperat oceanică caldă, cu veri moderat de uscate și reci, ierni uscate. platoului central anatolian a interiorului Turciei are o climă continentală cu sezoane contrastante	Moderat-continentală, caracterizată prin iarnă blândă și scurtă, și vară caldă de lungă durată, cu o cantitate scăzută de precipitații.
Resurse naturale	Gaz natural, cărbune, ligniți, minereu de fier, cupru, aur, crom, antimoniu, mercur, barite, borat, stronțiu, șmirghel, feldspat, calcar, magnezit, marmură, perlit, piatră ponce, pirite (sulf), argilă, teren arabil, hidroenergie.	depozite mici de ligniți, petrol și gaz natural, fosforați, ghips, calcar, terenuri arabile.
Populație	85 816 199 (2023 ¹).	3,250,532 (2023 est.)

¹ Date pe baza elaborării Worldometer al datelor Națiunilor Unite.

		2,615,199 (WB 2022 ²)
Grupuri etnice	Turci 72.5%, Kurzi (Non-Zaza) 12.7%, Zaza Kurzi 4.0%; Cercasieni 3.3%, Bosniaci 2.6%, Georgieni 1.3%, Albanezi 1.2%, Arabi 1.1%, Pomaci 0.8%, Alții 0.5%	Moldoveni 75.1%, Români 7%, Ucraineni 6.6%, Găgăuzi 4.6%, Ruși 4.1%, Bulgari 1.9%, alții 0.8% (recens. 2014).
Limbi vorbite	Limba turcă (oficială) Limbi minoritare recunoscute oficial: armeană, greacă și ebraică	Limba romană (oficială). (Limbile etniile prezente și limbile moderne în special de populația tânără, limba rusă).
Religii	Islamul sunit 65%; Islam neclasificat 13%; atei 7%; spirituali (non-religioși) 6%.	Ortodocși 90,1%, alți creștini 2,6%, alți 0,1%, agnostici 0,1%, atei 0,2%, nespecificați 6,9% (recens. 2014)
Rata de creștere a populației	+ 0.8% (2021 est. ³)	-1.14% (2023 est.)
Tipul de guvernare	Republică prezidențială	Republică parlamentară
Puterea legislativă	Parlament unicameral, Marea Adunare Națională a Turciei (Türkiye Büyük Millet Meclisi), cu 600 de locuri, reprezentând 81 de provincii.	Parlament unicameral (101 deputați)

1.1. ECONOMIE

Fondul Monetar Internațional (FMI) a clasificat Turcia drept o **conomie emergentă și în curs de dezvoltare**. De menționat că Turcia este o țară în curs de dezvoltare rapidă, cu o **piață internă de consum de peste 86 de milioane de oameni** și cu cea mai tânără și cea mai rapidă creștere a populației din Europa (700.000 de absolvenți pe an). Turcia și-a aliniat reglementările la standardele europene în așteptarea unei eventuale aderări la UE, iar **uniunea vamală existentă cu UE oferă în prezent oportunități semnificative pentru companiile moldovenești de a avea relații comerciale avansate**. Mai mult ca atât, Turcia este și o **importantă și strategică poarta de acces** către piețele din **Asia Centrală, Caucazul de Sud și Orientul Mijlociu**.

Distanța dintre punctele sale extreme de vest și de est este de 1,600 km, iar între nord și sud – 600 km. Turcia are o **putere strategică semnificativă**: controlează strâmtoarea Bosfor care leagă direct Marea Mediterană și Marea Neagră. Cu o populație de peste 16 mln. (2024) Istanbulul este un megalopolis, precum și principalul centru financiar, comercial și cultural al Turciei. Se întinde peste 27 de districte din cele 39 ale provinciei cu același nume, fiind una dintre cele mai mari metropole din lume. Este considerat ca capitala economică a Turciei.

Din 2023, **economia Turciei este a 17-a cea mai mare din lume și a 7-a cea mai mare din Europa după PIB-ul nominal**. De asemenea, este al 11-lea ca mărime din lume și al **5-lea ca mărime din Europa după paritatea puterii de cumpărare (PPP)**. Țara este **a patra cea mai vizitată destinație din lume** și are **peste 1.500 de centre de cercetare și dezvoltare** înființate atât de companii multinaționale, cât și naționale.

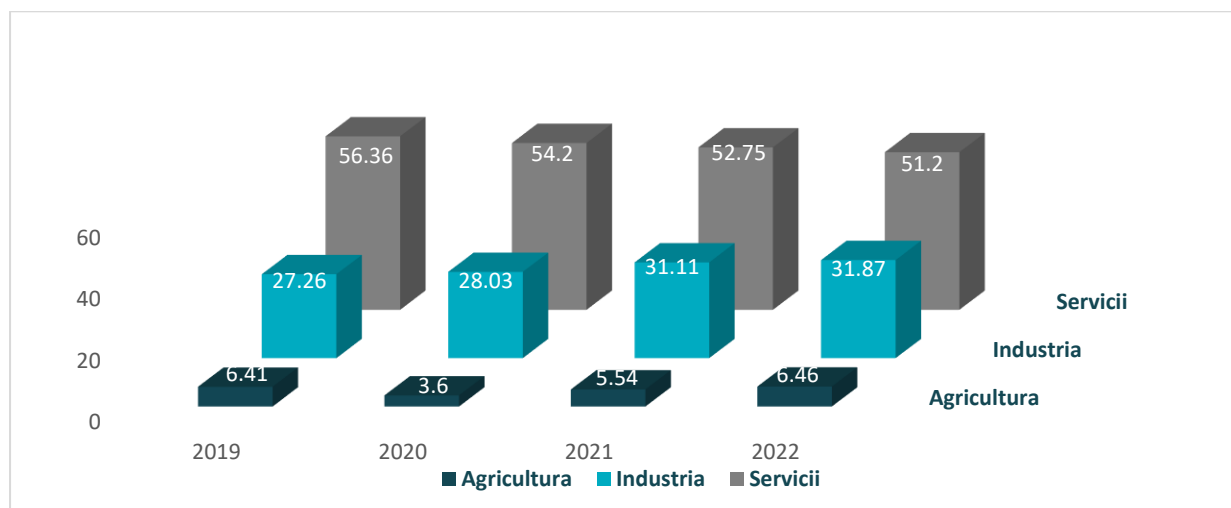
Cea mai mare parte a economiei Turciei este alcătuită dintr-un sector de servicii diversificat, inclusiv imobiliare, turism, servicii financiare, educație și sănătate (2022: 51,7% din PIB).

² 3.412.318 la data de 19 septembrie 2023, - date pe baza elaborării Worldometer al datelor Națiunilor Unite.

³ Date conform World Bank.

Industria continuă să joace un rol important, în special în producție, care reprezintă o mare parte din exporturile turcești către Europa sub formă de bunuri de uz casnic (**2022: 31,87% din PIB**). Agricultură din Turcia este o ramură strategică care contribuie puternic la creșterea economiei turce, sectorul agricol reprezintă aproximativ 50 de miliarde de dolari (2022: 6,46% din PIB).

FIGURA 1. PONDERA SECTOARELOR ECONOMICE ÎN PRODUSUL INTERN BRUT ALE TURCIEI (% PIB)



SURSA: [HTTPS://WWW.STATISTA.COM/STATISTICS/255494/SHARE-OF-ECONOMIC-SECTORS-IN-THE-GROSS-DOMESTIC-PRODUCT-IN-TURKEY/](https://www.statista.com/statistics/255494/share-of-economic-sectors-in-the-gross-domestic-product-in-turkey/)

Guvernul turc urmărește să reducă dependența de import a Turciei în structura sa de creștere și export, sporindu-și în același timp capacitățile de a deveni un exportator de produse de înaltă tehnologie.

În 2022, PIB-ul pe cap de locuitor în Turcia a însumat aproximativ 10,6 mii de dolari SUA. Economia a crescut cu doar 5,6% în 2022 și cu 4,4 % în 2023 (estimativ), comparativ cu creșterea atinsă de 11,4% în anul 2021, deoarece exporturile, investițiile și activitatea de producție au fost mai diminuate pe fondalul deteriorării mediului extern și a politicilor monetare heterodoxe. Cu toate acestea, **consumul privat a crescut cu 72 % în 2022**. Creșterea valorii adăugate a fost condusă de sectorul serviciilor (+9,7%) și industrie (+3,3%). De menționat că cele două cutremure devastatoare care au avut loc pe 6 februarie 2023, au afectat sever economia țării: pierderile directe au fost estimate la 34,2 miliarde de dolari, iar mijloacele pentru reconstrucție au proiecțiuni duble. Deficitul de cont curent a fost prognozat la nivel de 42,5 miliarde de dolari în 2023 și de 34,7 miliarde de dolari în 2024.

Turcia este un donator din ce în ce mai important de asistență oficială pentru dezvoltare (AOD).

TABEL 2. PRINCIPALII INDICATORI MACROECONOMICI AI TURCIEI, 2018-2022

INDICATORI	2018	2019	2020	2021	2022
PIB, la prețuri curente, miliarde TL	3,761	4,318	5,048	7,256	15,012
PIB, la prețuri curente, miliarde dolari SUA	797,0	759,3	717,1	807,9	905,8
Populație, mii de oameni, mijlocul anului	81,407	82,579	83.385	84,147	85,280
PIB pe cap de locuitor, prețuri curente, dolari SUA	9,799	9,208	8,600	9,601	10 674,5
Export (GTS*, F.O.B.), miliarde dolari SUA	177,2	180,8	169,6	225,2	254,2
Export (GTS*)/PIB, %	22.2	23.8	23.7	27.9	28.1
Import (GTS*, C.I.F.), miliarde dolari SUA	231,2	210,3	219,5	271,4	363,7

Import (GTS*)/PIB, %	29.0	27.7	30.6	33.6	40.2
Venituri din călătorii, miliarde dolari SUA	25.9	34.3	13.3	26.6	41.2
Investiții străine directe, miliarde dolari SUA	12,5	9,5	7,7	13,3	13.0
Soldul contului curent/PIB, %	-2.5	1.4	-4.4	-0.9	-5.4
Rata de participare la forța de muncă, %	53.2	53.0	49.3	51.4	53.1
Rată de șomaj, %	11.0	13.7	13.2	12.0	10.5
Rata de angajare, %	47.4	45.7	42.8	45.2	47.5
IPC (2003=100), medie anuală, %	16.3	15.2	12.28	19.6	72.3

SURSA: MINISTERUL COMERȚULUI AL TURCIEI

*GTS – General Trade System

AGRICULTURĂ

Economia agricolă a Turciei este printre **primele zece din lume**, jumătate din țară fiind formată din terenuri agricole și aproximativ 25% din populație fiind angrenată în această ramură de activitate. Turcia este un **producător major de grâu, sfeclă de zahăr, lapte, carne de pasăre, bumbac, roșii și alte fructe și legume și este cel mai mare producător din lume de caise și alune**. Agricultură a devenit unul dintre cele mai importante sectoare, care a asigurat nu numai securitatea alimentară în contextul crizelor care s-au profilat în ultimul deceniu, în special COVID 19, ci și o cantitate semnificativă de venituri din exporturi. **Agricultura reprezintă 8% din PIB-ul Turciei. Exporturile anuale** de produse agricole și derivate prin procesare **depășesc 10 miliarde dolari SUA**. Agricultură în Turcia variază în funcție de regiune, deoarece este împărțită între regiunea Marmara, regiunea Egee, regiunea mediteraneeană, regiunea Anatoliei Centrale, regiunea Mării Negre, regiunea Anatoliei de est și regiunea Anatoliei de sud-est.

Culturile pot fi cultivate în toate regiunile. Creșterea animalelor se practică și în zonele muntoase și în regiunile aride.

Din 2023, cele mai multe terenuri cultivate sunt pentru cereale. **În 2022 au fost produse 70 de milioane de tone de cereale și alte culturi; 32 de milioane de tone de legume; și 27 de milioane de tone de fructe, băuturi și mirodenii;** etc. Țara este **autosuficientă în semințe de rapiță, fasole uscate, cartofi și sfeclă de zahăr și aproape la toate fructele și legumele**.

Populația tânără și în creștere a Turciei oferă oportunități pentru creșterea pieței și introducerea de noi produse. **Turcia importă semințe oleaginoase, inclusiv soia și făină, precum și produse din cereale, ca hrană pentru animale pentru sectoarele sale de carne și de păsări în creștere rapidă. Turcia importă, de asemenea, materie primă pentru sectorul său de prelucrare a alimentelor și panificație, inclusiv nuci și migdale.** Nucile și fructele uscate sunt gustări consumate în mod obișnuit în Turcia, dar un volum mare de nuci este folosit și pentru a produce produse cu valoare adăugată pe plan intern, cum ar fi produse de cofetărie și dulciuri.

Deși Turcia este un mare producător de **bumbac** (cca 750.000 de tone pe an), cantități mari sunt importate pentru industria sa avansată de textile.

Statul turc este **cel mai mare producător mondial de cireșe, caise, smochine, stafide, oregano, gutui și rodii, și este al doilea mare producător mondial de pepeni verzi, pepeni galbeni, vișine, castraveți și năut, al treilea mare producător din lume de roșii, vinete, ardei gras, linte și fistic, și al patrulea mare producător de căpșune, ceapă și măslină.**

Turcia e **al 4-lea cel mai mare producător mondial de legume și al 6-lea la fructe** (date FAO). Producția anuală de legume-fructe a Turciei e de 47 milioane tone. Exporturile turcești de fructe și legume au atins 2,5 miliarde dolari SUA în 2022, o creștere de 25% față de anul 2021, în timp

ce exporturile totale de fructe și legume proaspete, inclusiv produsele cu valoare adăugată (procesate, uscate, congelate etc.), au ajuns la 5,5 miliarde dolari SUA. Mandarinele, roșiile, lămâile, strugurii și merele s-au clasat în primele 5 exporturi de fructe, urmate de cireșe, rodii, nectarine, portocale și piersici. Turcia și-a crescut exporturile de mandarine de la 453 milioane dolari SUA în 2021 la 464,5 milioane dolari SUA în 2022. Turcia se află în **top 3 țări** la nivel mondial la **exporturile de mandarine**. În timp ce la nivel mondial consumul anual de legume „per capita” este de 141 kg iar de fructe este de 77 kg, în Turcia acesta este de 230 kg și 128 kg, respectiv (producerea este autosuficientă la aceste categorii). Solul fertil al Turciei, climatul adecvat și precipitațiile abundente permit cultivarea aproape a oricărui tip de culturi.

Turcia este unul dintre cei mai mari producători de **sfeclă de zahăr din lume, ocupând locul cinci** în rândul țărilor producătoare de sfeclă. Producția de sfeclă de zahăr din Turcia, conform ultimelor statistici, este de aproximativ 19 mln. de tone pe an⁴.

Ceaiul este un produs foarte renumit pentru agricultură în Turcia. Frunzele de ceai sunt fermentate (uscate) în fabricile din orașul Rize. Producția de ceai din Turcia, conform ultimelor statistici, este de aproximativ 200 de mii de tone pe an.

Cultivarea **canabisului** în Turcia este permisă în baza unei autorizații și control din partea statului, Cânepa este produsă în Turcia în statele Sinop, Kastamonu și Zonguldak pe lângă Sakarya, în scopuri medicale.

Multe **culturi oleaginoase** sunt produse în Turcia, dintre care cele mai importante sunt măslinile (cca 160.000 de tone pe an), floarea-soarelui (cca 2 mln tn), soia, arahide, anason, trandafir și susan. Măslinile din Turcia sunt produse în general în regiunea Mării Egee, la sud de Marmara, precum și la coastele Mediteranei și Kilis.

Turcia este renumită pentru producția de multe **leguminoase**, în special fasole (cca 305 de mii tone/an), naut (cca 500 mii tn/an), linte (cca 480 mii tn/an) și mazăre (cca 110 mii tn/an).

INDUSTRIA

Turcia este adesea clasificată ca o țară nou industrializată. Industria turcă continuă să crească în mod regulat, datorită poziției sale geopolitice, forței de muncă tinere și dinamice și stimulentele de stat pentru investitorii locali și străini. Viziunea industrială a Turciei este: „creșterea competitivității și eficienței industriei turcești și accelerarea transformării într-o structură industrială care are o pondere mai mare în exporturile mondiale, unde se produc în principal produse high-tech cu valoare adăugată mare, care are forță de muncă calificată și care, în același timp, este sensibilă la mediul și societatea”.

Industria turcă angajează aproximativ 20% din forța de muncă. Industriile sale majore sunt auto, chimică, construcții, tehnologie și electronice, prelucrarea alimentelor, mobilă și decorațiuni, fier, oțel și metalurgie, textile și îmbrăcăminte și articole de îmbrăcăminte, ambalaje și logistică, apărare, energie și resurse naturale, mașini industriale și produse albe, de aur și bijuterii, etc

Industria turcă de **construcții și contractare** a făcut un salt uriaș datorită urbanizării rapide în ultimele decenii, cea mai mare dintre acestea fiind pe locul 40 în lume după dimensiune. În a. 2022, valoarea pieței de construcții a Turciei a tins nivelul de 50,75 miliarde dolari SUA, cu o proiecțiune de creștere de 5 % pentru perioada 2023-2032, ca urmare a proiectelor economice (în special proiecte în infrastructura de transport și energetică) și îmbunătățirii calității vieții și a accesului la educație și sănătate.

⁴ Raportul "Journal of Balcans Science and technology (JBST) 2022 "Evaluation of Sugar Industry in Turkey by Using Porter's Five Forces Analysis: https://jbst-nku.github.io/articles/2022_1_1_9.pdf

Producerea este cel mai important segment, deținând **84% din producția industrială** totală (cele mai mari: agroalimentar alimentar, textile și îmbrăcăminte, autovehicule, metale de bază și produse metalice fabricate, produse din plastic, produse chimice și produse chimice, echipamente electrice)⁵.

Sectorul textil și îmbrăcăminte are o pondere foarte mare în producția totală, ocuparea forței de muncă și exporturile din țară. Cu o istorie îndelungată a producției textile care datează din Imperiul Otoman, Turcia rămâne o țară importantă în industria globală a textilelor și a îmbrăcămintei. Turcia este **al șaptelea cel mai mare exportator de produse textile și al patrulea cel mai mare exportator de îmbrăcăminte** din lume. **În 2024, valoarea adăugată pe piața de textile este estimată să se ridice la 23,17 miliarde dolari SUA în 2024, iar numărul de întreprinderi la 24,84 mii cu peste 500 mii de angajați.**

Sectorul siderurgic din Turcia este de mare importanță pentru performanța generală a industriei prelucrătoare datorită capacității sale de producție în creștere, potențialului de export și contribuției pe care le furnizează altor sectoare. Potrivit clasamentului Asociației Mondiale a Oțelului, Turcia se află pe **locul opt** printre cele mai mari **țări producătoare de oțel** din lume, pierzând un punct în acest clasament, comparativ cu anul 2021 (locul șapte). În 2022, producția de oțel a constituit 35,1 milioane de tone, înregistrând o scădere de 13% comparativ cu 2021. Toate companiile siderurgice din țară sunt private. Potrivit rapoartelor Asociației Exportatorilor de Oțel din Turcia, în prezent există 26 de fabrici de cuptoare cu arc electric (EAF), 11 fabrici de cuptoare cu inducție și 3 fabrici BOF (fabricarea cu oxigen)⁶.

Industria auto din Turcia a făcut **pași semnificativi în managementul calității, competiția globală, managementul cercetării și dezvoltării și tehnologiei, precum și resurse umane înalt calificate**. În 2022, Turcia a produs 1.352.648 de autovehicule, situându-se **pe locul 13 cel mai mare producător din lume** și 1,210,342 de unități în primele 10 luni ale a. 2023 (creștere cu 12% comparativ cu perioada similară a a. 2022). Totodată Turcia este **lider european în producția de vehicule comerciale**. Producătorii mondiali de automobile cu fabrici de producție în Turcia includ Fiat/Tofaş, Oyak-Renault, Hyundai, Toyota, Honda și Ford/Otosan. Companiile turcești de automobile precum TEMSA, Otokar și BMC se numără printre cei mai mari producători de camionete, autobuze și camioane din lume. În 2018 a fost înființată o nouă companie turcă de automobile Togg, care este specializată pentru producerea de vehicule electrice.

Industria turcă de apărare a crescut constant în ultimele decenii. Pentru Turcia, rolul militar al industriei de apărare este determinat de trei factori specifici: - (1) sprijinirea Forțelor Armate Turce (**a 9-a cea mai mare armată din lume și a 2-a ca mărime din NATO**); (2) cursă a înarmărilor împotriva Greciei (deși relațiile dintre Turcia și Grecia s-au îmbunătățit semnificativ în ultimele două decenii, programele lor de achiziții pentru apărare sunt încă semnificative și există concurență între cele două țări și în domeniul militar); (3) actuala doctrină militară turcă a apărării avansate și aspirațiile crescânde pentru statutul de putere regională acordă prioritate capacităților de proiecție a forței militare. Numărul de proiecte din industrie a ajuns la 750, realizate de peste 1.500 de firme locale de apărare. În 2022, Turcia a atins un **volum record de exporturi** de apărare de cca 4 miliarde de dolari, deținând locul 14 în lume. Indicele GFP denotă Turcia ca fiind o putere militară de top 15 la nivel mondial. Pentru 2023, Turcia se află pe **locul 11 din 145** dintre țările luate în considerare pentru evaluarea anuală a GFP (Global Fire Power Index: Clasificarea națiunilor lumii pe baza puterii de arme disponibile).

⁵ <https://tradingeconomics.com/turkey/manufacturing-production>, citat la 16.01.2024.

⁶ <https://www.foundry-planet.com/d/steel-manufacturing-in-turkey/>, citat la 16.01.2024

SERVICII

Sectorul de servicii ocupă un loc important în economia Turciei ceea ce privește ocuparea forței de muncă, veniturile, comerțul internațional și costurile de producție. **Indicii prețurilor producătorilor de servicii**, în 2023 față de 2022, **au crescut** cu **65,01%** pentru **serviciile de transport și depozitare**, cu **92,00%** pentru serviciile de **cazare și alimentație**, cu **80,37%** pentru serviciile de **informare și comunicații**, cu **75,45%** pentru serviciile **imobiliare**, cu **94,88%** pentru **serviciile profesionale, științifice și tehnice**, de **94,75%** pentru serviciile **administrative și suport**. În conformitate cu evoluțiile din lume, informația și comunicarea din Türkiye Sectorul tehnologiilor (TIC) a înregistrat o dezvoltare rapidă. Piața a ajuns la aproape 30 de miliarde dolari SUA în 2021. (cu ponderea tehnologiilor informaționale și a serviciilor de comunicații fiind de 43% și 57% respectiv.)

- **Servicii IT**

Cea mai frapantă **creștere a exporturilor** de servicii a fost în **sectorul IT**, ale cărui exporturi a crescut de la 1 miliard dolari SUA în 2016 la 2,6 miliarde dolari SUA în 2021. Datorită faptului că sectorul IT interacționează cu diferite sectoare, s-ar putea argumenta că această cifră este mult mai mare decât cea oficială. Fintech, securitate cibernetică, jocuri, TIC în sănătate, TIC în mobilitate, comerț electronic, e-guvernarea și telecomunicațiile sunt doar câteva dintre subsectoarele din industria TIC

care au cunoscut o dezvoltare și o creștere tehnologică rapidă.

- **Sectorul bancar**

Turcia are un **sector bancar divers**, care oferă diferite tipuri de bănci care răspund nevoilor diferite. Cele mai comune tipuri de bănci din Turcia sunt băncile comerciale, băncile de dezvoltare, băncile de investiții și băncile de participare.

Băncile comerciale, cunoscute și ca bănci de depozit, sunt cele mai utilizate de străini. Ele oferă o gamă largă de servicii, inclusiv conturi de economii și conturi curente, împrumuturi, carduri de credit și tranzacții valutare. Aceste bănci au o rețea vastă de sucursale și bancomate în toată țara, ceea ce le face ușor accesibile. Unele bănci precum Ziraat Bankasi, Türkiye Is Bankasi, Garanti BBVA, Halkbank și VakifBank au sucursale în întreaga lume.

Băncile de dezvoltare și de investiții, se concentrează în primul rând pe finanțarea proiectelor la scară largă, cum ar fi dezvoltarea infrastructurii și investițiile în sectoare cheie ale economiei. Deși oferă și unele servicii bancare cu amănuntul, ele sunt mai orientate spre susținerea creșterii economice.

Băncile de participare, cunoscute și ca bănci islamice, funcționează pe principiile finanțelor islamice. Ele oferă servicii care respectă legea islamică, cum ar fi sisteme bancare fără dobândă și scheme de împărțire a profitului. Aceste bănci au câștigat popularitate în rândul expaților și al turiștilor care preferă activitățile bancare în conformitate cu credințele lor religioase.

- **Asigurări**

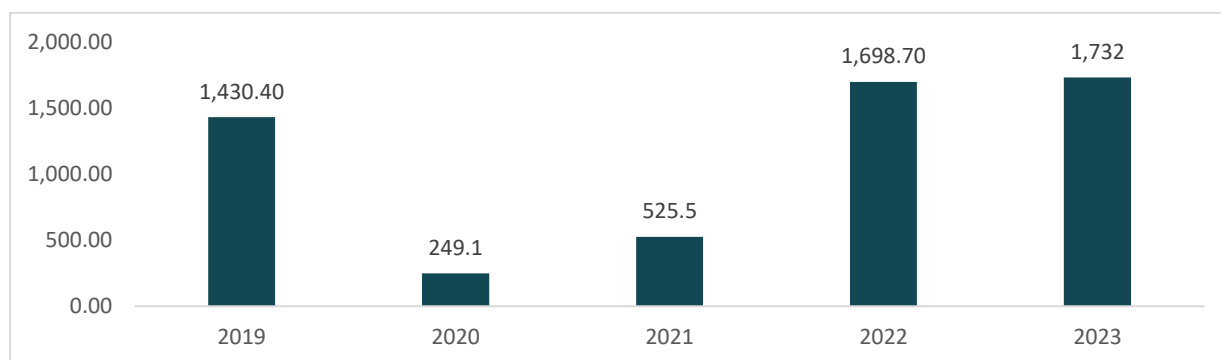
Dezvoltarea sistemului de asigurări din Turcia a început la sfârșitul secolului al XIX-lea în epoca otomană, relativ târziu în comparație cu majoritatea celorlalte țări europene. Cu toate acestea, sectorul a devenit al doilea ca mărime, segment al sistemului financiar turc, cu active totale ajungând la 427 de miliarde de lire turcești până la sfârșitul anului 2022. Primele brute subscrise a pieței de asigurări generale din Turcia a fost de 204,3 miliarde TL (12,3 milioane dolari SUA) în 2023. Se așteaptă ca piața să atingă o rată compusă de creștere (CAGR) de peste 18% în perioada 2024-2027. De menționat, că extindere semnificativă a pieței de asigurări se atestă nu doar la nivel local, dar și internațional.

- **Turism**

Turcia atrage călători din întreaga lume pentru siturile sale culturale și istorice, precum și pentru clima mediteraneeană. Istanbulul este cea mai populară destinație din Turcia pentru vizitatorii internaționali, datorită locației sale unicate și monumentelor istorice seculare. Natura și peisajele Turciei sunt alți factori principali ai turismului în țara transcontinentală, de la Munții Kaçkar până la coastele senine ale Rivierei Turciei. În 2022 contribuția acestui sector a constituit 1 732 mlrd lire turcești. Numărul de vizitatori ce au traversat hotarul Turciei în a.2022 a atins cifra de 51 387 513 persoane. Cheltuielile totale pentru turism ale călătorilor internaționali și ale cetățenilor turci rezidenți în străinătate s-au ridicat la aproape 46,5 miliarde de dolari SUA în 2022.

În Turcia este din ce în ce mai dezvoltat **turismul medical**. Țara găzduiește peste 700.000 de pacienți străini pe an, continuând să îmbunătățească semnificativ calitatea serviciilor de asistență medicală și investească în infrastructura de asistență medicală.

FIGURĂ 2. CONTRIBUȚIA SECTORULUI TURISMULUI LA FORMAREA PIB-ULUI TURCIEI, 2019-2023, MLRD. TL



SURSA: [HTTPS://WWW.STATISTA.COM/STATISTICS/644846/TRAVEL-TOURISM-TOTAL-GDP-CONTRIBUTION-TURKEY/](https://www.statista.com/statistics/644846/travel-tourism-total-gdp-contribution-turkey/)

Analizând contribuția sectorului turismului și călătoriilor la formarea PIB-ului Turciei între 2019 și 2023 în baza datelor prezentate în Figura 2, se evidențiază următoarele tendințe: în 2019, sectorul a contribuit cu 1,430.4 miliarde lire turcești la PIB, reprezentând 11% din economie. În 2020, a avut loc o scădere semnificativă la 249.1 miliarde lire, în mare parte din cauza pandemiei COVID-19. Recuperarea a început în 2021, cu o creștere la 525.5 miliarde lire. Următorii doi ani au marcat o creștere robustă, cu 1,698.7 miliarde lire în 2022 și se estimează 1,732 miliarde lire pentru 2023, anticipându-se și crearea de noi locuri de muncă în sector.

Statisticile privind **turismul medical** din Turcia arată o industrie înfloritoare și cu o creștere **semnificativă în ultimii ani**. În 2019, 701.046 de pacienți au beneficiat de servicii de sănătate în cadrul turismului medical, generând un venit din turism de 1,49 miliarde de dolari americani. Pandemia globală a cauzat o scădere a numerelor în 2020, cu 407.423 de pacienți și un venit de 1,16 miliarde de dolari americani. Cu toate acestea, sectorul s-a redresat rapid, cu 670.730 de persoane primind servicii de sănătate în 2021 și veniturile crescând la 1,72 miliarde de dolari americani. Această tendință ascendentă a continuat în 2022, cu 1.258.382 de persoane care au primit servicii de sănătate și un venit de 2,11 miliarde de dolari americani. Până în primele trei trimestre ale anului 2023, Turcia a primit deja 1.026.492 de beneficiari de servicii de sănătate, generând un venit de 1,70 miliarde de dolari americani.

Turcia este recunoscută pentru serviciile sale de sănătate de calitate, iar cele mai preferate ramuri clinice de către pacienții internaționali sunt ginecologia, bolile interne, oftalmologia, biochimia medicală, chirurgia generală, stomatologia, ortopedia și traumatologia, bolile infecțioase și otorinolaringologia.

Piața turismului medical din Turcia este pregătită pentru o creștere continuă, cu previziuni care indică o rată anuală compusă de creștere (CAGR) de 5,92% în perioada prognozată. Țara a investit în tehnologia sănătății, echipând spitalele și facilitățile medicale cu echipamente de ultimă generație și tehnologii medicale avansate. Acest lucru nu numai că a îmbunătățit calitatea generală a serviciilor de sănătate, dar a și poziționat Turcia ca una dintre principalele destinații de turism medical din lume.

Pentru proceduri specifice, Turcia oferă alternative rentabile la îngrijirea sănătății din Statele Unite și Europa. De exemplu, o operație de înlocuire a valvei inimii poate costa între 170.000 și 200.000 de dolari în SUA, în timp ce medicii calificați din Turcia pot efectua tratamentul pentru aproximativ 17.000 de dolari.

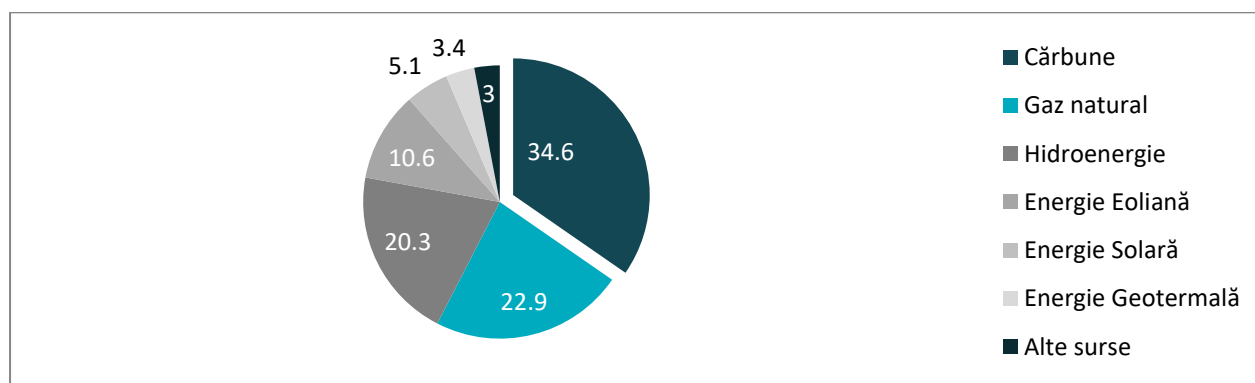
- **Sectorul energetic**

Fiind o țară care se confruntă cu o creștere economică și industrială rapidă și o populație în continuă creștere, Turcia are o cerere de energie din ce în ce mai mare. Deși locația geografică a Turciei este foarte aproape de multe țări bogate în petrol și gaze din Orientul Mijlociu, sursele interne de energie naturală ale țării nu sunt autosuficiente. În țară se regăsesc resurse naturale într-o mare varietate, însă volumul acestora este infim necesităților țării. Doar resursele de cărbune reprezintă un element semnificativ în economia Turciei, aceasta fiind a doua țară din Orientul Mijlociu, după Iran, cu depozite semnificative de cărbune. Există, de asemenea, și o producție la scară mică de petrol provenită din zăcămintele din sud-estul țării, dar și din regiunea nord-vestică a Traciei.

Turcia este semnificativ dependentă de importul de produse petroliere. În consecință, importurile nete de energie în țară au fost în creștere începând cu anii 90, atingând un volum de import de 6.4 gigawatt-ore în 2022 (o creștere de peste 175 la sută față de anul precedent). În anul 2022 importurile de energie a Turciei au atins nivelul de 80 de miliarde dolari SUA. Statul oferă subvenții la 150 kWh pe lună de electricitate gratuită, care sunt furnizate la două milioane de familii sărace.

Până la sfârșitul lunii noiembrie 2023, capacitatea instalată a Turciei a ajuns la 106.152 MW. Ponderea resurselor în generarea de energie electrică a fost următoarea: Cărbune: 34,6%, Gaze naturale: 22,9%, Hidroenergie: 20,3%, Eolian: 10,6%, Solar: 5,1% din geotermală: 3,4%, Alte surse: 3%.

FIGURA 3. PONDEREA RESURSELOR DE ENERGIE ÎN GENERAREA ENERGIEI ELECTRICE, %



SURSA: [HTTPS://ENERJI.GOV.TR/INFOBANK-ENERGY-ELECTRICITY](https://enerji.gov.tr/infobank-energy-electricity)

În aprilie 2023, a fost inaugurată prima centrală nucleară a Turciei. Centrala nucleară de la Akkuyu va fi pe deplin operațională până în 2028 și va furniza 10% din consumul de energie electrică a Turciei. De menționat că Turcia a devenit un jucător important în domeniul producerii turbinelor eoliene. Exporturile Turciei de turbine și echipamente eoliene s-au ridicat în 2023 la 2,2 miliarde de euro.

Transport

Infrastructura rutieră terestră

Turcia are o rețeaua de drumuri istorice și libere pentru circulație care sunt de stat (Devlet Yolları), care sunt în totalitate sub responsabilitatea Direcției Generale a Autostrăzilor (DGA), cu excepția secțiunilor urbane. Al doilea tip de drumuri sunt autostrăzile cu acces controlat care poartă numele oficial Otoyol (le numesc și Otoban (Autobahn), care de asemenea sunt în gestiunea DGA, cu unele excepții. Al treilea tip de drumuri sunt drumurile provinciale (Il Yolları) de importanță secundară. La situația anului 2023 lungimea rețelei de drumuri constituia: autostrăzi: 3.633 km; autostrăzi cu benzi duble: 28 986 km; autostrăzi de stat 30 954 km; drumuri provinciale 34 113 km; drumuri proiectate 8325 km. În Turcia există 471 de tuneluri (lungime totală 665 km) și 9.660 de poduri (lungime totală 739 km) în rețea. Volumul transportului rutier de marfă în Turcia a crescut cu 11,7 miliarde de tone-kilometri (+3,75%) în 2022, comparativ cu anul 2021.

Transport feroviar

Turcia are un sistem feroviar de stat construit la ecartamentul standard (1.435 mm)), care intră în competența Ministerului Transporturilor și Infrastructurii. Lungimea totală a rețelei feroviare a fost de 10.991 de kilometri (6.829 de mile), inclusiv 2.133 de kilometri (1.325 de mile) de cale electrificată și 457 de kilometri (284 de mile) de cale de mare viteză.

Transport aerian

Transportul aerian are un loc strategic care generează beneficii consumatorilor și economiei în general prin furnizarea de conexiuni rapide. Aceste poduri virtuale în aer permit fluxurile economice de mărfuri, investiții, oameni și reprezintă piloni fundamentali ai creșterii economice. Începând cu 1983, piața companiilor aeriene din Turcia a fost liberalizată. Totodată, compania *Turkish Airlines*, este compania de pavilion național a Turciei, care și în condițiile liberalizării pieței continuă să beneficieze de sprijinul statului. Transportul aerian generează peste 1 milion de locuri de muncă, inclusiv cele ce sunt în sectorul de transportare a călătorilor străini. Astfel, industria transportului aerian, contribuie cu cca 44,8 miliarde dolari SUA în PIB-ul țării (cca 8,4 %) . Istanbulul a devenit unul dintre principalele aeroporturi- hub din lume, în timp ce Turkish Airlines a devenit cea mai profitabilă companie aeriană europeană în ultimii câțiva ani. Transportul aerian turcesc oferă o disponibilitate de cargo a mărfii în toate țările lumii. Țara are 102 aeroporturi, 8 dintre ele sunt internaționale. Acestea servesc mai mult de 100 de milioane de pasageri pe an. Cca 26 aeroporturi sunt de destinație militară.

Transport maritim

Mărginită de patru mări diferite, Turcia are o coastă totală de 8.333 de kilometri. Transportul maritim, asigură 90% din comerțul internațional al Turciei și este considerat coloana vertebrală a economiei țării, datorită costului scăzut și eficienței sale. În 2022 cifra de afaceri a sectorului maritim a constituit aproximativ 531 miliarde 238 mln. dolari SUA. Numărul navelor deținute de turci este de 765 în total, dintre care 352 sunt străine. În Turcia există aproape 200 de porturi și cheiuri. 27 dintre porturile turcești sunt clasificate drept porturi de containere. 20 de facilități portuare au fost certificate cu Programul de certificare a portului verde. Turcia are cinci porturi

principale care sunt situate în Istanbul, Izmir, Bandirma, Iskenderun, Antalya. Printre acestea, portul Iskenderun este situat pe coasta de est a Golfului Iskenderun pe coasta de sud-est a Turciei, care este portul de intrare în Asia de Vest și Oceanul Indian în Marea Mediterană înainte de deschiderea Canalului Suez, în principal utilizat la exporturile de minereu de fier, oțel și alte produse. Portul Haydarpasa este numit și Port of Istanbul, fiind considerat cel mai bun port maritim al Turciei (al 3-lea după capacitate).

Tuneluri și poduri strategice

În 2013 a fost deschis, tunelul Marmaray de sub Bosfor care leagă liniile de cale ferată și de metrou ale părților europene și asiatice ale Istanbulului, iar tunelul Eurasia din apropiere oferă o conexiune rutieră submarină pentru vehicule cu motor. Podul Bosfor, Podul Fatih Sultan Mehmet și Podul Yavuz Sultan Selim sunt trei poduri suspendate care leagă țărmurile europene și asiatice ale strâmtorii Bosfor. Podul Osman Gazi leagă țărmurile de nord și de sud ale Golfului İzmit. Podul Çanakkale, face legătura între țărmurile europene și asiatice ale strâmtorii Dardanele.

O caracteristică notabilă a căilor ferate a Turciei, este că partea iraniană a sistemului feroviar include 125 de poduri, printre care și Towering Quotor, care măsoară 453 m. în lungime și se întinde pe un defileu de 396 m. adâncime.

FIGURĂ 4. ASPECTE COMPARATIVE TURCIA-REPUBLICA MOLDOVA: SISTEMUL ECONOMIC

	TURCIA	MOLDOVA
Reflecții generale	A 17-a cea mai mare din lume și a 7-a cea mai mare din Europa după PIB-ul nominal.	În ciuda unei performanțe economice solide în ultimele două decenii, Moldova rămâne printre cele mai sărace țări din Europa.
PIB 2022 (curent), BM	907,12mlrd. dolari SUA	14,42 mlrd. dolari SUA
PIB 2023 (PPP, curent)	3,18 trilioane dolari SUA	39,5 mlrd. dolari SUA
PIB pe cap de locuitor (în prețuri curente, 2022)	10 674,5 dolari SUA	5562,6 dolari SUA
Produse agricole	Grâul, sfecla de zahăr, laptele, carnea de pasăre, bumbacul, legumele și fructele (roșii, castraveți, vinete, ardei gras, linte, fistic cireșe, caise, smochine, stafide, oregano, gutui, rodii, pepeni verzi și galbeni, vișine, căpșune, ceapă, măsline, etc.	Porumb, grâu, semințe de floarea soarelui, struguri, mere, sfeclă de zahăr, lapte, cartofi, orz, prune, produse vinicole, etc.
Industrii	Automotive, chimică, construcții, tehnologie și electronice, prelucrarea alimentelor, mobilier și decorațiuni, fier și oțel, metalurgie, textile și îmbrăcăminte, ambalare și logistică, apărare, energie și resurse naturale, mașini industriale, aparate casnice, aur și bijuterii, etc.	Prelucrare zahărului, ulei vegetal, prelucrarea alimentelor, mașini agricole; echipamente de turnătorie, frigider și congelatoare, ciorapi, pantofi, textile, etc.

Remitențe (2022)	0,1 % (date BM)	14,1% din PIB (date BM)
Export (2022)	254,2 mlrd. dolari SUA	4335,1 mln. dolari SUA
Parteneri –exporturi (2022)	Germania (8,3%), SUA (6,6%), Irak (5,4%), Regatul Unit (5,1%), Italia (4,9%), Spania (3,8%), Franța (3,8%), Rusia (3,7%), Țările de Jos (3,2%), Israel (2,8%), România (2,7%) și Polonia (2,2%).	România 28,6%, Ucraina 16,6%, Italia 7.6%, Turcia 7.0%, Germania 5.3%, Rusia 4.4%, Bulgaria 3.3% Polonia 2.8% .
Principale mărfuri la export (2022)	Vehicule (10,5%); mașini, inclusiv computere (8,9 %); combustibili minerali, inclusiv petrol (6,4%); fier, oțel (5,8%); mașini electrice, echipamente (5,4); materiale plastice, articole din plastic (4,6%); Îmbrăcămintă tricotată sau croșetată (4,3%); articole din fier sau oțel (4,1%); Pietre prețioase, metale prețioase (4,0%); Îmbrăcămintă, accesorii (3,3%).	Petrol, produse petroliere și produse înrudite (12,9%); mașini și aparate electrice (12,2%); cereale și preparate pe bază de cereale (10,1%); semințe și fructe oleaginoase (9,0%); grăsimi și uleiuri vegetale (8,7%); legume și fructe (8,3%); îmbrăcămintă și accesorii (6,9%); băuturi alcoolice și nealcoolice (4,2%); mobilă și părțile ei (3,4%); vehicule rutiere (2,2%); articole din minerale nemetalice (2,2%), fire, țesături, articole textile și produse conexe (2,1%).
Volumul Import (2022)	363,7 mlrd, Dolari, SUA	9219,1mln. dolari SUA
Parteneri – importuri (2022)	Rusia (18,0%); China (13,0%); Germania (7,4%); Elveția (4,7%); SUA(4,7%); Italia (4,3%); India (3,3%); Franța (2,9%); Coreea de Sud (2,8%); Spania (2,1%).	România (17,9%), Federația Rusă (12,4%), China (10,3%), Ucraina (9,3%), Turcia (7,2%), Germania (6,3%), Italia (4,8%), Polonia (3,3%), India (2,7%).
Principale mărfuri importate (2022)	Combustibili minerali (26,0 %); reactoare nucleare, cazane, mașini și aparate mecanice (9,5%); fier și oțel (7,8%); pietre și metale prețioase (6,4%); mașini și echipamente electrice (5,9%); materiale plastice și articole din acestea (5,2%); vehicule (4,8%); produse chimice organice (3,1%); aluminiu (2,1 %).	Petrol, produse petroliere și produse înrudite (16,7%); gaz și produse industriale obținute din gaz (9,2%); mașini și aparate electrice și părți ale acestora (6,3%); vehicule rutiere (5,9%); fire, țesături, articole textile și produse conexe (3,5%); mașini și aparate specializate pentru industriile specifice (3,1%); produse 14 medicinale și farmaceutice (3,0%).

1.2. CLIMAT DE AFACERI

Politica comercială

În cadrul uniunii vamale, Turcia își aliniază politica comercială cu politica comercială comună a UE. Această aliniere privește atât regimurile autonome, cât și acordurile preferențiale cu țări terțe. Turcia negociază și încheie acorduri de liber schimb cu țări terțe, concomitent cu UE.

Turcia, ca parte la GATT, implementează acorduri de liber schimb în conformitate cu articolul XXIV din GATT 1947. În conformitate cu acest articol, Turcia poate acorda un tratament favorabil partenerilor săi comerciali în cadrul unei uniuni vamale sau unei zone de liber schimb fără a extinde un astfel de tratament la toți membrii OMC, sub rezerva anumitor condiții.

Uniunea vamală dintre Turcia și UE are o vechime de circa 30 de ani. **Comerțul bilateral a crescut de peste patru ori și a ajuns la aproape 200 de miliarde EUR în anul 2022** (3,6% din comerțul total al UE). **UE rămâne de departe cea mai mare piață de export și import a Turciei.**

Strategia de export a Turciei pentru 2023, include următoarele priorități:

- Realizarea de proiecte de cercetare-dezvoltare și dezvoltare a competitivității internaționale pentru a crește capacitatea sectorială de export;
- Creșterea numărului de participări naționale la târguri internaționale;
- Implementarea strategiei de diversificare sectorială;
- Concentrarea activităților comerciale pe piețele țintă;
- Creșterea capacității de export a IMM-urilor;
- Creșterea numărului de mărci turcești la nivel global;
- Dezvoltarea Istanbul-lui ca centru internațional de modă, târguri și comerț;
- Furnizarea de inputuri esențiale pentru exporturi;
- Crearea de clustere sectoriale pentru câștigarea competitivității pe piețele internaționale;
- Îmbunătățirea facilităților logistice din Turcia;
- Dezvoltarea de noi instrumente de finanțare a exporturilor.

Deși Moldova și Turcia au proximitate geografice și a unui acord de liber schimb în vigoare în 2016 potențiala cooperare economică dintre Turcia și Moldova nu este pe deplin explorată.

Investiții străine

Climatul investițional din Turcia este influențat pozitiv de demografia favorabilă și de poziția sa geografică strategică, oferind acces la mai multe piețe regionale. Turcia are unul dintre cele mai liberale regimuri juridice pentru ISD în rândul țărilor membre a OCDE. Țara a adoptat o serie de reforme legislative pentru a facilita influxul de investiții străine, precum crearea Oficiului de Investiții pe lângă Președintele Republicii Turcia (<https://www.invest.gov.tr/en/pages/home-page.aspx>) și aprobarea Strategiei guvernamentale de investiții străine directe, 2021-23. **Investițiile străine directe (ISD) nete totale în Turcia au reprezentat 0,9% din PIB în 2022.**

TABEL 3. INVESTIȚII STRĂINE DIRECTE ÎN TURCIA, MIL. DOLARI SUA, 2020-2022

INVESTIȚII STRĂINE DIRECTE	2020	2021	2022
Fluxul de ISD (mil. dolari SUA)	7,686	11,840	12,881
Depozite ISD (milioane dolari SUA)	229,961	139,970	164,909
Numărul de investiții "Greenfield"	210	211	265
Valoare Investițiilor "Greenfield" (milioane dolari SUA)	4,724	4,349	4,173

SURSA: UNCTAD

Legislația turcă prevede un tratament egal a investitorilor străini în raport cu investitorii naționali. Nu există nicio restricție privind participarea investițiilor străine cu excepția unor sectoare specifice, cum ar fi **TV-media, aviație civilă, transport maritim, servicii portuare, servicii de pescuit, audit și contabilitate, servicii financiare, minerit, comerț imobiliar, energie și educație.**

Sistemul juridic turc este similar cu sistemele juridice ale Europei continentale în multe aspecte. Investitorii străini pot alege legi străine și instanțele cu jurisdicție asupra contractelor lor. Totodată, acorduri între două părți turce (indiferent dacă o parte acționară este străină) trebuie să fie în limba turcă și orice versiune non-turcă nu va fi executorie.

Comaniile străine pot alege să **înființeze filiale** deținute în proporție de 100% în Turcia, fie sub forma unei **societăți pe acțiuni**, fie a unei **societăți cu răspundere limitată**. Astfel de filiale sunt tratate în același mod ca și companiile rezidente. Filialele pot fi sub forma unei societăți mixte cu un partener turc sau internațional.

Pentru deschiderea unui **birou de reprezentare comercială în Turcia (liaison office)**, firmele străine trebuie să obțină aprobarea Direcției Generale pentru Investiții Străine din cadrul Subsecretariatului turc pentru Trezorerie. Aprobarea inițială se emite pentru 3 ani și se poate fi extinsă în funcție de activitățile desfășurate (în cei 3 ani de activitate) și a planului de activitate pentru perioada următoare.

Guvernul turc oferă un **program cuprinzător de stimulente pentru investiții** cu o gamă largă de instrumente care ajută la minimizarea costurilor inițiale și la accelerarea rentabilității investițiilor. Astfel Ministerul Industriei și Tehnologiei oferă o gamă largă de instrumente de stimulare a investițiilor, precum:

- **Inițiative de investiții generale** (excepție de TVA pentru utilaje; excepții de taxe vamale);
- **Inițiative de investiții regionale** (excepție de TVA, inclusiv pentru construcții; excepții de taxe vamale; reducere a taxelor corporative; suport de asigurări sociale; alocare terenuri; suport pentru rate a dobânzii; suport pentru impozitul de venit);
- **Inițiative de investiții strategice** (excepție de TVA pentru utilaje și construcții; excepții de taxe vamale; reducere a taxelor corporative; suport de asigurări sociale; alocare terenuri; suport pentru rate a dobânzii)
- **Inițiative de investiții bazate pe proiecte concrete** (suport "cash back"; excepție de TVA pentru utilaje și construcții; excepții de taxe vamale; reducere a taxelor corporative; suport de asigurări sociale (plățile angajatorului); suport pentru personal calificat; suport pentru energie; suport pentru capital social; alocare terenuri; suport pentru infrastructură; garanții de cumpărare; facilitare a actelor permissive).

Statul turc mai oferă suport pentru „instruiri de personal”; „Cercetare și dezvoltare”; „Scutire taxe de proprietate”; suport pentru credite”, etc.

https://www.invest.gov.tr/en/InvestmentGuide/PublishingImages/Pages/incentives-guide/incentives_provided_by_the_ministry_of_industry_and_technology-2023-en.pngst

TABEL 4. PUNCTE FORTE ȘI PUNCTE SLABE ALE CLIMATULUI INVESTIȚIONAL/DE AFACERI AL TURCIEI

PUNCTE FORTE PENTRU AFACERI CU TURCIA:	PUNCTE SLABE
<ul style="list-style-type: none">● Economie robustă (rată anuală de creștere a PIB de 5,4% în perioada 2003-2022).	<ul style="list-style-type: none">● Politizarea și opacitatea luării deciziilor economice;● Sensibilități în aplicarea principiilor statului

- Piață domestică și regională extinsă;
- Turcia are o locație geografică strategică care îi permite să fie un **hub regional între Europa, Asia și zona economică MENA**
- Încercările repetate ale Turciei de a adera la Uniunea Europeană au contribuit la **stabilirea reglementărilor europene și a standardelor comerciale**, care au liberalizat substanțial economia.
- **Guvernul** întreprinde măsuri pentru a **atrage investiții străine în tehnologie, textile, servicii (sănătate, educație, transport public), telecomunicații, construcții navale, electronice și biotehnologii.**
- Datorită vitalității sale demografice, țara are o populație tânără a clasei de mijloc în curs de creștere, cu putere de cumpărare ridicată și orientare către consum;
- Forță de muncă calificată și cost relativ scăzut al forței de muncă;
- Piața turcă numără peste **86 milioane de consumatori**, populația este în creștere cu cca 1 milion de persoane în fiecare an);
- Turcia are o industrie modernă, în continuă expansiune, **cu un potențial de import considerabil;**
- Oportunități sectoriale diversificate;
- Proces rapid de urbanizare care a dus la dezvoltarea a mult de 24 de centre urbane cu **populație de peste 1 milion**, dintre care 10 au populații de peste 2 milioane.
- de drept;
- Birocrație și bariere administrative;
- Schimbări frecvente în cadrul legal și de reglementare (impredictibilitate);
- pierderea autonomiei instituțiilor economice,
- Dependență puternică de exporturi și importuri de hidrocarburi;
- Incertitudinea cursului de schimb și consecințele unei datorii publice în continuă creștere;
- Riscuri geopolitice regionale crescute;
- Neregularitatea politicii macroeconomice, fluctuațiile valutare și inflație ridicată.
- În instituțiile publice se utilizează numai turca;
- Mai mult ca atât în sistemul administrativ, în contact cu autoritatea vamală, poliție, autoritățile fito-sanitare, de control al transportatorilor, etc. se constată că nu se cunosc alte limbi, comunicarea fiind dificilă;
- Nivel de trai scăzut în unele regiuni.
- Cu toate acestea, neregularitatea politicii macroeconomice, și o scădere a nivelului de trai au afectat imaginea țării ca destinație favorabilă a ISD.

SURSA: [HTTPS://WWW.INVEST.GOV.TR/EN/INVESTMENTGUIDE/PUBLISHINGIMAGES/PAGES/INCENTIVES-GUIDE/INCENTIVES_PROVIDED_BY_THE_MINISTRY_OF_INDUSTRY_AND_TECHNOLOGY-2023-EN.PNGST](https://www.invest.gov.tr/en/investmentguide/publishingimages/pages/incentives-guide/incentives_provided_by_the_ministry_of_industry_and_technology-2023-en.pngst)

Înregistrarea companiilor în Turcia

Deși procedura poate varia în funcție de tipul de entitate și de alte specificații, înființarea unei companii, sucursale sau birou de legătură (liaison office) în Turcia include, în general, **următorii pași:**

- Obținerea și legalizarea documentației de identitate a acționarului;
- Obținerea numărului de identitate fiscal;
- Deschiderea unui cont temporar de avans de capital la o bancă;
- Obținerea unui proiect de contract de închiriere de birou pentru dovedirea adresei;

- Întocmirea unui certificat de constituire (inclusiv actul constitutiv), și transmiterea lui electronică la MERSIS (sistemul național de înregistrare electronică a comerțului: <https://mersis.ticaret.gov.tr/#>) și autentificarea notarială;
- Înregistrarea la Registrul Comerțului Camerei de Comerț;
- Desemnarea administratorului;
- Legalizarea documentelor juridice și contabile;
- Înregistrarea la biroul fiscal (deși înregistrarea devine operațională imediat după o vizită la fața locului a funcționarilor fiscali).

Cerința minimă de capital, este 50.000 TRY pentru JSC, iar pentru SRL-uri este de 10.000 TRY. În ceea ce privește cerința de plată anticipată a capitalului social, reglementările în vigoare impun pentru societățile pe acțiuni plata a cel puțin 25% din capitalul inițial înainte de înregistrare, iar 75 % trebuie plătite în 24 luni de la data constituirii. Pentru SRL suma poate fi plătită în 24 luni din momentul înregistrării.

În Turcia, rata impozitului pe profit aplicată profiturilor afacerilor este de 20%. Plățile salariale (plăți salariale către angajați) includ plata impozitului pe venit, primele de securitate socială și impozitul pe ștampile pentru plățile brute către angajați. Marjele impozitului pe venit sunt anunțate la începutul fiecărui an de Ministerul Finanțelor.

E- comerț

Comerțul electronic în Turcia este reglementat de: Legea privind reglementarea comerțului electronic (nr. 6563); Regulamentul privind comunicațiile electronice și mesajele electronice comerciale (nr. 29417); Regulamentul privind furnizorii de servicii și furnizorii de servicii intermediari în comerțul electronic (nr. 29457). Contractele de vânzare la distanță (online) sunt reglementate de: art. 48 din Legea cu privire la protecția consumatorului (nr. 6502) și Regulamentul privind contractele de vânzare la distanță (publicat în Monitorul Oficial nr. 29188, din 27 octombrie 2014).

Conform Legii cu privire la semnăturile electronice (nr. 5070), semnăturile electronice au același efect juridic ca și semnătura scrisă. Cu toate acestea, **tranzacțiile juridice și contractele de garanție care fac obiectul formalităților oficiale nu pot fi executate prin semnătură electronică securizată**. Prin urmare, tranzacțiile precum cumpărarea și vânzarea de bunuri imobiliare, moștenirile, transferurile fără contrapartidă și căsătoriile, care necesită martori terți, nu pot fi efectuate prin semnătură electronică.

TABEL 5. AUTORITĂȚI DE REGLEMENTARE ȘI SUPRAVEGHERE

SECTOR	DENUMIREA AUTORITĂȚII	PAGINĂ WEB
Concurență	Autoritatea Turcă pentru Concurență	www.rekabet.gov.tr
Mediu înconjurător	Ministerul Mediului și Urbanismului	www.csb.gov.tr
Servicii financiare	Agenția de Reglementare și Supraveghere Bancară.	www.bddk.org.tr
Piața de capital	Consiliul Piețelor de Capital	www.spk.gov.tr
Piața Energiei	Autoritatea de Reglementare a Pieței Energiei.	www.epdk.gov.tr
ICT	Autoritatea pentru Tehnologiile Informației și Comunicațiilor (ICTA)	www.btk.gov.tr
Venituri	Autoritatea de administrare a veniturilor	www.gib.gov.tr
Contabilitate și audit	Autoritatea de Supraveghere Publică, Contabilitate și Standarde de Audit (POA)	kgk.gov.tr
Proprietate de stat	Autoritatea de privatizare	http://www.oib.gov.tr/i

TABEL 6. AUTORITĂȚI DE SUPRAVEGHERE A PIEȚEI PE GRUPE DE PRODUSE

Ministerul Industriei și Tehnologiei	Produse ATEX, ascensoare, dozatoare de aerosoli, echipamente sub presiune, aparate cu gaz, utilaje, autovehicule, explozivi de uz civil, echipamente sub presiune transportabile, cazane de apa caldă, instrumente de măsură, produse preambalate, baterii și acumulatori.
Ministerul Comerțului	Detergenți, jucării, produse chimice (cerneluri pentru tatuaje, produse de curățare și spălat), produse de îngrijire a copiilor, produse din zona nearmonizată precum îmbrăcăminte gata de purtat-textile și încălțăminte, articole decorative, mobilier, unelte de mână, gadgeturi, echipamente pentru hobby și sport, accesorii de bucătărie/preparare a hranei, brichete, papetărie, echipamente pentru copii, imitație alimentară.
Ministerul Sănătății	Cosmetice, dispozitive medicale.
Ministerul Agriculturii și Pădurilor	Produse alimentare, materiale în contact cu alimentele, furaje, îngrășăminte, produse de protecție a plantelor, produse medicale de uz veterinar, produse din tutun și alcool etilic.
Ministerul Mediului și Urbanizării	Produse pentru construcții, combustibili solizi.
Autoritatea pentru Tehnologiile Informației și Comunicațiilor	Echipamente terminale radio și de telecomunicații.
Ministerul Familiei, Muncii și Serviciilor Sociale	Echipamente individuale de protecție.
Ministerul Transporturilor și Infrastructurii	Ambarcațiuni de agrement, echipamente maritime.
Autoritatea de Reglementare a Pieței Energiei	Combustibili.

1.3. PARTICIPAREA TURCIEI ÎN CADRUL ORGANISMELOR INTERNAȚIONALE

Turcia este țară membru fondator al **Națiunilor Unite**, **Organizației Cooperării Islamice**, **Organizației pentru Cooperare și Dezvoltare Economică**, **Organizației pentru Securitate și Cooperare în Europa**. Turcia a aderat la **Consiliu European** la 13 Aprilie 1950.

Turcia este membră a **NATO din 1952**, are a doua sa armată ca mărime și **găzduiește sediul Comandamentului Terestru Aliat** și servește drept ancoră estică vitală a organizației, controlând strâmtoarele strategice dintre Marea Neagră și Mediterana.

Turcia a semnat **acordul de uniune vamală cu UE în 1995** și a fost recunoscută oficial ca țară candidată la calitatea de membru cu drepturi depline la 12 decembrie 1999.

Turcia este, de asemenea, membră a **națiunilor industriale G20**, care reunește cele mai mari **20 de economii ale lumii**.

Turcia este, de asemenea, membră a **Organizației Mondiale a Comerțului (OMC)**. A semnat acorduri de liber schimb cu **Asociația Europeană de Liber Schimb (AELS)**, Israel, Regatul Unit și multe alte țări. În 1992, Turcia și alte 10 națiuni regionale au format **Consiliul de Afaceri pentru Cooperare Economică la Marea Neagră** având ca scop extinderea comerțului regional și cooperarea economică a statelor riverane.

TABEL 7. LISTA ORGANIZAȚIILOR INTERNAȚIONALE LA CARE TURCIA ARE CALITATEA DE MEMBRU

ABREVIERE	DENUMIRE
AfDB	Grupul Băncii Africane de Dezvoltare
ACD	Dialogul de cooperare din Asia
ASEAN	Asociația Națiunilor din Asia de Sud-Est,
AI	Amnesty International
ADB	Grupul Australia
ADB	Banca Asiatică de Dezvoltare
BIPM	Biroul Internațional de Greutăți și Măsuri
BIS	Banca Reglementărilor Internaționale
BLACKSEAFOR	Forța Navală a Mării Negre
BSEC (OCEMN)	Organizația de cooperare economică a Mării Negre
CE	Consiliul Europei
CEN	Comitetul European pentru Standardizare
CICA	Conferință privind interacțiunea și măsurile de consolidare a încrederii în Asia
Dezvoltare-8	Organizație de cooperare pentru dezvoltare între următoarele țări: Bangladesh, Egipt, Indonezia, Iran, Malaiezia, Nigeria, Pakistan și Turcia
G33	G33 coaliție de țări în curs de dezvoltare, înființată înainte de conferința ministerială de la Cancun din 2003, care s-au coordonat în timpul runde de la Doha a negocierilor OMC, în special în ceea ce privește agricultura
CERN asociat)	(membru Organizația Internațională pentru Cercetări Nucleare
EAPC	Consiliul de Parteneriat Euro-Atlantic
ECE	Comisia Economică ONU pentru Europa
EBRD	Banca Europeană pentru Reconstrucție și Dezvoltare
ITUC	Confederația Mondială a Sindicatelor (FSM)
G20	Grupul 20
IAEA	Agenția Internațională pentru Energie Atomică
IBRD	Banca Internațională pentru Reconstrucție și Dezvoltare
ICC	Camera de Comerț Internațională
ICAO	Organizația Aviației Civile Internaționale
ICRM	Comitetul Internațional al Crucii Roșii
ICSID	Centrul Internațional pentru Soluționarea Litigiilor privind Investițiile
IDA	Asociația Internațională de Dezvoltare
IEA	Agenția Internațională pentru Energie
IFAD	Fondul Internațional pentru Dezvoltarea Agriculturii
IFC	Corporația Financiară Internațională (BM)
IFRCs	Federația Internațională a Societăților de Cruce Roșie și Semilună Roșie
IHO	Organizația Internațională Hidrografică
ILO	Organizația Internațională a Muncii
IMF	Fondul Monetar Internațional
IMO	Organizația Maritimă Internațională

IMSO	Organizația Internațională a Sateliților Mobili
IOC	Consiliul Internațional al Olivelor
Interpol	Organizația Internațională a Poliției Criminale
IOC	Comitetul Olimpic Internațional
ISO	Organizația Internațională de Standardizare
IOM	Organizația Internațională a Migrației
IRENA	Agenția Internațională pentru Energia Regenerabilă
ITSO	Organizația Internațională de Telecomunicații și Sateliți
ITU	Uniunea Internațională a Telecomunicațiilor
IOICR	Organizația Interguvernamentală pentru Transportul Internațional Feroviar
NATO	Organizația Tratatului Atlanticului de Nord
NEA	Agenția pentru Energia Nucleară
NSG	Grupul de Furnizori Nuclearii
OECD	Organizația pentru Cooperare și Dezvoltare Economică
OIC	Organizația Islamică de Cooperare
OPCW	Organizația pentru interzicerea Armelor Chimice
OSCE	Organizația pentru Securitate și Cooperare din Europa
CO (membru asociat)	Clubul de la Paris
PCA	Curtea Permanentă de Arbitraj
TAKM	Organizația agențiilor de aplicare a legii eurasiatice cu statut militar
TRACECA	Program Internațional de transport (UE)
OTS	Organizația Statelor Turcice (Consiliul de Cooperare al Statelor Vorbitoare de Turcă): Azerbaidjan, Kazahstan, Kârgâzstan, Turcia și Uzbekistan.
TURKPA	Adunarea Parlamentară a Statelor Turcice,
TÜRKSOY	Organizația Internațională a Culturii Turcice
UfM	Uniunea Mediteraneeană
UIC	Uniunea Internațională a Căilor Ferate
UNCTAD	Conferința pentru Comerț și Dezvoltare a ONU
UNESCO	Organizația pentru Educație, Știință și Cultură a ONU
UN	Națiunile Unite
UNHCR	Comisarul de nivel Înalt pentru Refugiați a ONU
UNIDO	Organizația pentru Dezvoltare Industrială a ONU
UNITAR	Institutul pentru Instruire și Cercetare a ONU
UNMIBH	Misiunea ONU pentru Bosnia și Herțegovina
UNMIK	Misiunea ONU pentru Kosovo
UNEP	Programa NU pentru Mediu
UNIFIL	UN Interim Forțe în Leban
UNIKOM	Misiunea de Observare Irak-Kuweit a Națiunilor Unite
UNITAR	Institutul Națiunilor Unite pentru Formare și Cercetare
UPU	Uniunea Poștei Universale
WCO	Organizația Internațională a Vămilelor
WHO	Organizația Internațională a Sănătății
WIPO	Organizația Internațională a Proprietății Intelectuale
WMO	Organizația Internațională a Meteorologiei
WToO	Organizația Mondială a Turismului
WTO	Organizația internațională a Comerțului
WTQ	Organizația internațională a popoarelor turcice
ZC	Comitetul Zannger (exportatori nucleari)

1.4. CLASAMENTE INTERNAȚIONALE: TURCIA VS REPUBLICA MOLDOVA

Scorul de libertate economică al Turciei în clasamentul **Indicelui libertății economice 2023**, realizat de Heritage Foundation este de **56,9**, plasând economia sa **pe locul 104** (la același nivel ca în clasamentul anului 2022). Turcia se află **pe locul 41 din 44 de țări din regiunea europeană**, iar scorul său general este mai mic decât media mondială.

Economia Turciei este apreciată ca una dintre piețele cu cea mai dinamică dezvoltare din regiune. **Potrivit raportului se constată:**

- implicare puternică a statului în economie, drepturile de proprietate moderat bine protejate, sistemul judiciar ineficient în combaterea corupției;
- aplicare slabă a principiilor statului de drept;
- birocrăție și aplicarea ineficientă a reglementărilor; sector informal mare; stabilitatea monetară rămâne a fi fragilă, inflația ridicată;
- barierele netarifare care limitează libertatea comercială;
- investițiile străine sunt oficial binevenite, dar restricțiile rămân în mai multe sectoare.

Tariful mediu ponderat în funcție de comerț este de 9,4%. Cote de impozitare a persoanelor fizice și a persoanelor juridice variază, de la 40% , la 23%; povara fiscală este egală cu 23,9% din PIB; cheltuielile guvernamentale pe trei ani și mediile soldului bugetar sunt, respectiv, de 33,6 % și, respectiv, -4,6 % din PIB; **datoria publică este egală cu 41,8% din PIB**⁷.

Turcia ocupă locul 39 dintre cele 132 de economii prezentate în clasamentul ediției 2023 al Indicelui Global al Inovării (GII), cu un scor de 38,6.

TABEL 8. UNELE CATEGORII/SUBCATEGORII CONFORM GII 2023 A TURCIEI

	SCOR	POZIȚIE
Politici pentru desfășurarea afacerilor	25,5	114
Stabilitatea operațională pentru business	39,6	95
Statul de drept	25,5	88
Eficiența guvernării	34,4	77
Calitatea reglementării	40,0	77
Politici și cultură antreprenoriale	28,6	60
Angajare "knowledge-intensive"	23,9	59
Acces ICT	83,8	59
Servicii guvernamentale online	84,5	24
E-participare	77,9	18

SURSA: RAPORTUL GII 2023, [HTTPS://WWW.WIPO.INT/EDOCS/PUBDOCS/EN/WIPO-PUB-2000-2023-SECTION1-EN-GII-2023-RESULTS-GLOBAL-INNOVATION-INDEX-2023.PDF](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo-pub-2000-2023-section1-en-gii-2023-results-global-innovation-index-2023.pdf)

TABEL 9. TABEL COMPARATIV TURCIA – REPUBLICA MOLDOVA ÎN CLASAMENTUL GII GENERAL, PE CATEGORII

CATEGORIE/SUBCATEGORIE	TURCIA SCOR	REPUBLICA MOLDOVA SCOR
Global Innovation Index	38,6	60
Instituții	36,5	96
Capital uman și cercetare	37,5	67

⁷ <https://indexdotnet.azurewebsites.net/index/country/turkey>

Infrastructură	46,7	75
Sofisticarea pieței	45,1	76
Sofisticarea businessului	33,5	101
Cunoștințe și tehnologii (outputs)	31,1	60
Creativitate (outputs)	43,6	42

SURSA: [HTTPS://WWW.WIPO.INT/GLOBAL_INNOVATION_INDEX/EN](https://www.wipo.int/global_innovation_index/en)

TABEL 10. POZIȚIA TURCIEI VERSUS A MOLDOVEI ÎN CLASAMENTELE INTERNAȚIONALE RELEVANTE DOMENIULUI ECONOMIC

CLASAMENT	ANUL	SCORE/RANK		SURSA	
		TURCIA	MOLDOVA		
TI-Indicele de percepție a corupției (180 țări)	2022	36/101	39/91	http://www.transparency.org/research/cpi/overview	
Indicele global al inovării (132 țări)	2023	38,6/39	30,4/60	https://www.globalinnovationindex.org/analysis-indicator	
Indicele complexității economice (160 țări)	2021	<i>Comerț:</i>	42	65	https://oec.world/en/rankings/eci/hs6/hs96
		<i>Tehnologii:</i>	8	58	
		<i>Cercetare</i>	25	105	
Indicele libertății economice (176 țări)	2023	56,9/104	56,9/96	https://www.heritage.org/index/	
Indicele Performanței Logistice, BM (comerț), (139 țări)	2023	3,4/38	2,5/97	https://lpi.worldbank.org/international/global	

2. COMERȚUL INTERNAȚIONAL AL TURCIEI

Importurile și exporturile Turciei au variat semnificativ între 2016 și 2022. În anul 2022, atât importurile cât și exporturile par să fi atins un nivel record comparativ cu anii anteriori (Tabelele 11 și 12).

TABEL 11. EXPORTURILE ȘI IMPORTURILE TURCIEI, 2018-2022DA

CATEGORIE	INDICATOR	2018	2019	2020	2021	2022
Export	Valoare, mlrd. dolari SUA	177,2	180,8	169,7	225,3	254,2
	% A/A	7,7	2,06	-6,17		12,2
Import	Valoare, mlrd. dolari SUA	231,2	210,3	219,5	271,4	363,7
	% A/A	-3,16	-9,0	4,35		34,0

SURSA: [HTTPS://TRENDECONOMY.COM/DATA/H2/TURKEY](https://TRENDECONOMY.COM/DATA/H2/TURKEY)

IMPORTURI | Importurile au scăzut cu 1.14% în 2016, dar au crescut cu 10.21% în 2017, indicând o potențială recuperare economică sau o creștere a cererii interne pentru bunuri străine. În 2020, a existat o scădere de 6.17% în importuri, ceea ce ar putea fi atribuit impactului economic global al pandemiei COVID-19.

EXPORTURI | Exporturile au arătat o creștere foarte mare în 2017 de 18.06%, ceea ce sugerează o creștere a competitivității bunurilor turcești pe piața mondială sau accesul la noi piețe de desfacere. Scăderea exporturilor cu 9% în 2019 ar putea reflecta condiții de piață externe dificile sau o scădere a competitivității.

DINAMICA ANULUI 2022 | Atât importurile cât și exporturile au crescut semnificativ față de anii anteriori, ceea ce indică o expansiune puternică a comerțului exterior al Turciei. Datele exacte privind creșterea anuală 2022 comparativ cu 2021 nu sunt furnizate în tabelul 12 (sistemul TRENDECONOMY.COM omite pentru anul 2021 datele cu privire la valorile de export/import ale Turciei), cu toate acestea datele respective sunt evidențiate în secțiunile 2.1. și 2.2. ale prezentului raport. Conform datelor tabelului 12, în anul 2022, se evidențiază tendințe pozitive față de anul 2020, cu o rata de creștere de aproximativ 49,84% pentru importuri și 65,68%. Creșterea considerabilă a exporturilor cu aproximativ 65,68%, comparativ cu anul 2020, reflectă o îmbunătățire a cererii internaționale pentru produsele și serviciile turcești. De asemenea, **creșterea importurilor cu aproximativ 49,84% sugerează o revitalizare a consumului intern și a investițiilor în țară.**

TABEL 12. VALORI TOTALE EXPORT/IMPORT, DOLARI SUA, % TENDINȚE ANUALE, 2011 - 2022

ANUL	IMPORTURI (US\$)	TENDINȚE (%)	EXPORTURI (US\$)	TENDINȚE (%)
------	------------------	--------------	------------------	--------------

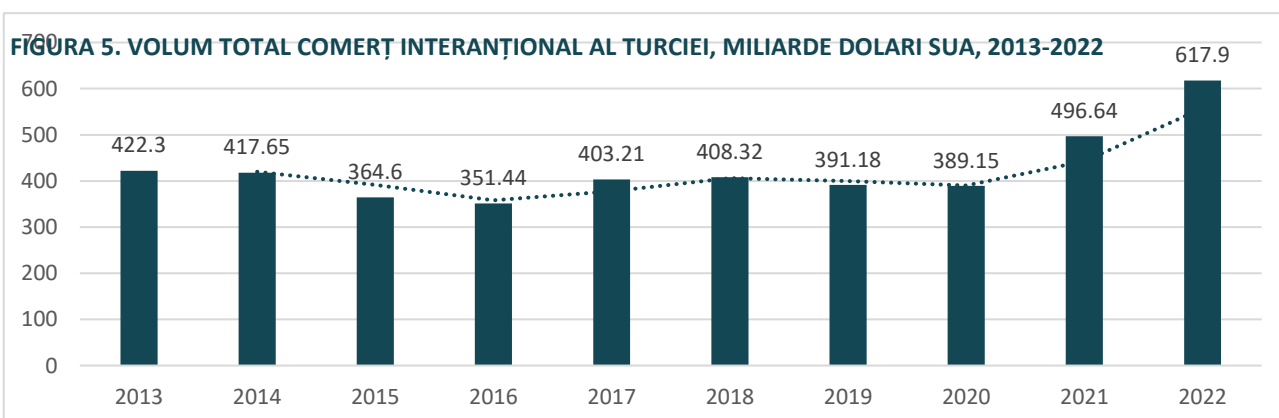
2016	149.246.999.263,00	-1,14	202.189.241.859,00	-5,35
2017	164.494.619.316,00	10,21	238.715.127.912,00	18,06
2018	177.168.756.288,00	7,70	231.152.482.645,00	-3,16
2019	180.832.721.702,00	2,06	210.345.202.552,00	-9,00
2020	169.657.939.777,00	-6,17	219.514.372.881,00	4,35
2021	-	-	-	-
2022	254.169.747.663,00	-	363.710.572.811,00	-

SURSA: [HTTPS://TRENDECONOMY.COM/DATA/H2/TURKEY](https://TRENDECONOMY.COM/DATA/H2/TURKEY)

Se observă o fluctuație notabilă a volumului de comerț exterior al Turciei în decursul anilor. După un declin de la 2013 la 2016, se remarcă o recuperare în 2017, iar volumul rămâne relativ stabil până în 2020. O creștere semnificativă este observată în 2021, care continuă în 2022, cu cel mai mare volum de comerț înregistrat pe parcursul a 10 ani.

OBSERVAȚII ANUALE:

- **2013-2016:** Se poate observa o tendință descendentă, cu volumul total scăzând de la 422,3 miliarde în 2013 la 351,44 miliarde în 2016.
- **2017-2020:** Se notează o recuperare în 2017 și 2018, cu volumul depășind din nou 400 de miliarde. Totuși, urmează o ușoară scădere în anii următori.
- **2021:** Există o creștere substanțială la 496,64 miliarde, ceea ce ar putea sugera o revenire a activităților comerciale, posibil ca o recuperare de la situația economică globală sau alți factori.
- **2022:** Volumul crește la 617,9 miliarde, indicând o creștere puternică a comerțului exterior pentru Turcia, care ar putea fi datorată diverselor factori precum schimbări în politica economică, condițiile pieței globale sau o competitivitate crescută.



SURSA: [HTTPS://WWW.STATISTA.COM/STATISTICS/1388240/TURKEY-FOREIGN-TRADE-VOLUME/](https://WWW.STATISTA.COM/STATISTICS/1388240/TURKEY-FOREIGN-TRADE-VOLUME/)

Fluctuațiile în volumul de comerț ar putea fi influențate de condițiile economice globale, cum ar fi criza financiară, schimbările în prețurile mărfurilor sau modificările în peisajul geopolitic. Politicile economice interne, creșterea industrială sau schimbările în reglementările de export/import ar putea de asemenea să aibă un impact asupra volumului de comerț. Sancțiunile

economice, acordurile comerciale sau sănătatea economică a partenerilor comerciali ar putea juca un rol în schimbările observate.

2.1. EXPORTURILE TURCIEI

Exporturile Turciei în anul 2022 au atins valoarea de 343,32 miliarde de dolari, înregistrând o **creștere semnificativă de 18,74%** față de anul anterior, când acestea au totalizat **289,14 miliarde de dolari** și au înregistrat o **creștere de 39,71% față de anul 2020**.

În detaliu, în cadrul exporturilor turcești pentru anul 2022, 52,4% din totalul produselor au fost achiziționate de către **top 12 țări partenere** precum: Germania (8,3%), SUA (6,6%), Irak (5,4%), Regatul Unit (5,1%), Italia (4,9%), Spania (3,8%), Franța (3,8%), Rusia (3,7%), Țările de Jos (3,2%), Israel (2,8%), România (2,7%) și Polonia (2,2%).

Din perspectivă continentală, exporturile Turciei au fost distribuite astfel: 55,1% către țările europene, 25,1% către Asia, 9,5% către Africa, 7,8% către America de Nord, 2% către America Latină (excluzând Mexicul, dar incluzând Caraibe) și 0,6% către Oceania, dominată de Australia, Insulele Marshall și Noua Zeelandă.

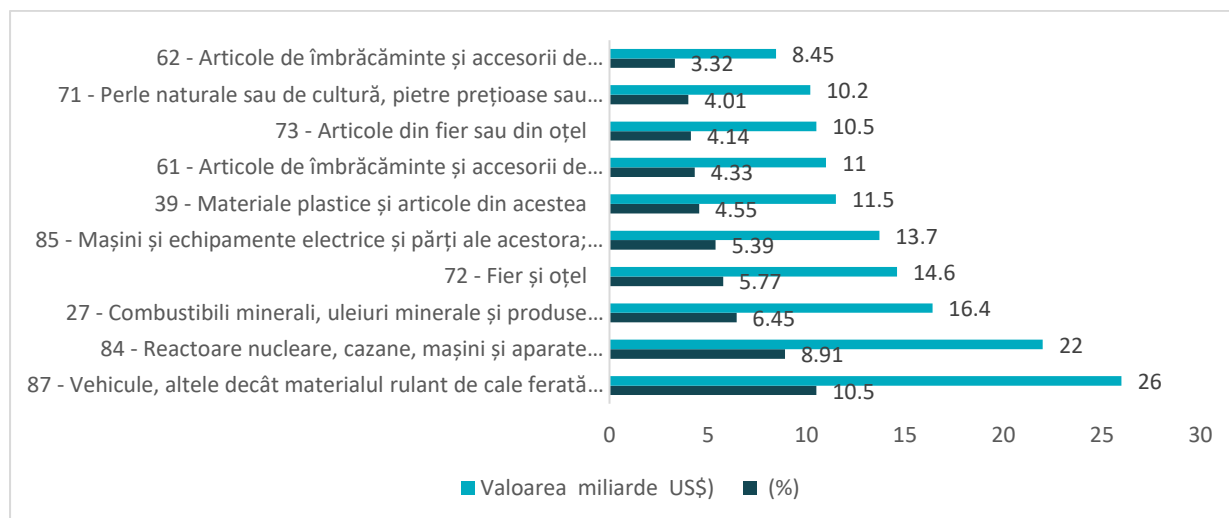
Portofoliul de export al Turciei în 2022 a fost diversificat pe diferite sectoare industriale, cu cea mai mare valoare a exporturilor atribuită sectorului auto (vehicule și piese), urmat de mașini grele și electronice. **Primele trei grupuri de mărfuri, care includ vehicule, mașini și combustibili minerali, reprezintă împreună peste 25% din valoarea totală a exporturilor**, indicând rolul lor semnificativ în economia Turciei.

CATEGORII PRINCIPALE DE EXPORT:

1. **Vehicule, altele decât materialul rulant de cale ferată sau de tramvai, precum și părțile și accesoriile acestora (10,5%):** Această categorie este un jucător major în economia de export a Turciei, contribuind cu **26 de miliarde de dolari**, ceea ce arată poziția puternică a Turciei în industria de fabricație auto.
2. **Reactoare nucleare, cazane, mașini și aparate mecanice; părți ale acestora (8,91%):** Valoarea substanțială de export de **22 de miliarde de dolari** în această categorie subliniază capacitățile Turciei în producerea de mașini industriale complexe și echipamente.
3. **Combustibili și Uleiuri minerale (6,45%):** Cu **16,4 miliarde de dolari**, contribuția acestui sector scoate în evidență rolul Turciei ca jucător semnificativ pe piața energiei, fie ca producător, fie ca un intermediar cheie în rutele comerciale de energie.
4. **Fier și Oțel (5,77%):** Exportul de produse din fier și oțel al Turciei, în valoare de **14,6 miliarde de dolari**, sugerează o industrie puternică a metalurgiei, posibil susținută de resursele naturale interne.
5. **Echipamente Electrice (5,39%):** Exportul de mașini și echipamente electrice, inclusiv electronice de consum, reflectă sectorul tehnologic în creștere al Turciei.
6. **Plastic (4,55%):** Sectorul de plastic și articole din aceasta arată poziția Turciei în fabricarea și exportul diverselor produse din plastic.

7. **Îmbrăcăminte (4,33% și 3,32%):** Atât îmbrăcămintea tricotată/croșetată cât și cea netricotată/croșetată au o prezență puternică, reflectând forța tradițională a Turciei în textile și îmbrăcăminte.

FIGURA 6. STRUCTURA EXPORTURILOR DIN TURCIA PENTRU ANUL 2022, GRUPATE PE PRINCIPALELE CATEGORII DE MĂRFURI



SURSA: [HTTPS://WWW.STATISTA.COM/STATISTICS/1388240/TURKEY-FOREIGN-TRADE-VOLUME/](https://www.statista.com/statistics/1388240/turkey-foreign-trade-volume/)

De menționat că cea mai rapidă creștere la export au înregistrat categoriile „Combustibili minerali, inclusiv petrol”, „Articolele din fier sau oțel”, „Materiale plastice și articole din plastic” cu 92,3%, 19,7% și 15,5%, respectiv, față de 2021.

Principalul declin dintre primele 10 categorii de export ale Turciei a fost la categoria „Articole din fier și oțel”, care a scăzut cu -14,3%, față de anul precedent.

Următoarele tipuri de produse de export au reprezentat exporturi nete:

A. POZITIVE (excedent al balanței comerciale):

PRODUSE	EXPORTURI NETE POZITIVE A.2022, MLRD. DOLARI SUA	%, FAȚĂ DE 2021
Îmbrăcăminte din tricot sau croșetat, accesorii	9,9	-1,6
Vehicule	9,1	-3,3
Îmbrăcăminte, accesorii (nu tricotate sau croșetate)	7,2	+ 6,9
Articole din fier sau oțel	6,8	+15
Mobilier, lenjerie de pat, iluminat, semne, clădiri prefabricate	4,4	+9,1
Fructe, nuci	3,9	13,1
Sare, sulf, piatră, ciment	3,1	6,8
Preparate din legume/fructe/nuci	2,8	+11,3
Covoare	2,7	13,8
Diverse textile, îmbrăcăminte uzată	2,5	-4,7

B. NEGATIVE (deficit al balanței comerciale):

PRODUSE	EXPORTURI NETE NEGATIVE A.2022, MLRD. DOLARI SUA	% FAȚĂ DE 2021
Combustibili minerali, inclusiv petrol	80,2	+90,1
Fier, oțel	13,7	+30,3

Pietre prețioase, metale prețioase	13,3	+3,9
Mașini, inclusiv computere	11,9	+16,8
Produce chimice organice	9,8	+18,1
Mașini electrice, echipamente	7,8	-1,6
Materiale plastice, articole din plastic	7,4	-2,2
Cereale	4,7	+22,1
Aparate optice, tehnice, medicale	3,6	+5,2
Cupru	2,8	+6,8

În concluzie, structura de export a Turciei demonstrează baza industrială largă a Turciei și integrarea sa în lanțul global de aprovizionare ca furnizor cheie de bunuri manufacturate, materii prime și produse cu valoare adăugată. **Profilul de export al Turciei sugerează o mișcare către sectoare cu valoare adăugată mai mare, cu o porțiune semnificativă a exporturilor provenind din industrii manufacturiere precum auto, mașini și electronice, care sunt esențiale pentru creșterea și dezvoltarea economică.**

Diversitatea și valoarea exporturilor sunt indicative pentru un sector industrial robust capabil să producă o gamă largă de bunuri pentru piețele internaționale. De asemenea, sugerează un focus strategic asupra anumitor industrii unde Turcia ar putea avea un avantaj competitiv sau relații comerciale stabilite.

2.2. IMPORTURILE TURCIEI

Valoarea totală a importurilor Turciei în anul 2022 au însumat 363,7 miliarde dolari SUA, **în creștere cu 34% față de 271,4 miliarde de dolari în 2021**. Având în vedere populația Turciei, în 2022 valoarea pe cap de locuitor a importurilor turcești a fost de aproximativ 4.200 de dolari SUA.

Printre cele mai înalte valoric produse de import din Turcia se numără uleiurile din petrol prelucrate, mașinile, bijuterii, piese sau accesorii pentru automobile și camioanele. În mod sumar, aceste importuri de top reprezintă 16,8% din totalul importului Turciei în 2022.

În anul 2022, Turcia a stabilit parteneriate comerciale semnificative cu diverse țări, contribuind la o serie de importuri valoroase. În această privință, **Rusia s-a remarcat ca fiind principala sursă de importuri**, furnizând bunuri în valoare de **58.85 miliarde de dolari SUA**, reprezentând **18,0% din totalul importurilor turcești**. Alături de Rusia, **alte țări precum China, Germania, și Statele Unite ale Americii** au jucat, de asemenea, un rol semnificativ în consolidarea peisajului importurilor turcești, contribuind la diversificarea și prosperitatea comerțului exterior al țării. În continuare, tabelul 13 explorează în detaliu contribuția a top 10 țări la dinamica importurilor turcești.

TABEL 13. TOP 10 ȚRĂ PARTENERE IMPORT ALE TURCIEI, 2022, MLRD. DOALARI SUA, % TOTAL IMPORTURI

ȚĂRI	VALOARE, MLRD DOLARI SUA	% ÎN TOTALUL IMPORTURILOR
Rusia	58.85	18,0
China	41.35	13,0
Germania	24.03	7,4
Elveția	15.34	4,7

SUA	15.23	4,7
Italia	14.08	4,3
India	10.70	3,3
Franța	9.43	2,9
Coreea de Sud	9.00	2,8
Spania	7.00	2,1

SURSA: [SURSA: HTTPS://TRENDECONOMY.COM/DATA](https://TRENDECONOMY.COM/DATA)

Structura importurilor către Turcia în 2022 reprezentată de următoarele grupe principale de mărfuri:

TABEL 14. STRUCTURA IMPORTURILOR CĂTRE TURCIA ÎN 2022 PE GRUPE PRINCIPALE DE MĂRFURI

GRUP	DENUMIRE	VALOARE, MLRD. DOLARI SUA	PONDERE, %
27	Combustibili minerali, uleiuri minerale și produse de distilare a acestora; substanțe bituminoase; ceară minerală	96,0	26,0
84	Reactoare nucleare, cazane, mașini și aparate mecanice; părți ale acestuia	34,0	9,5
72	Fier și oțel	28,0	7,79
71	Perle naturale sau de cultură, pietre prețioase sau semiprețioase, metale prețioase, metale placate cu metale prețioase și articole din acestea; imitații de bijuterii;	23,0	6,44
85	Mașini și echipamente electrice și părți ale acestora; aparate de înregistrare și reproducere a sunetului, aparate de înregistrare și reproducere a imaginilor și sunetului de televiziune și părți și accesorii pentru astfel de articole	21,0	5,92
39	Materiale plastice și articole din acestea	18,9	5,21
87	Vehicule, altele decât materialul rulant feroviar sau tramvai, și părți și accesorii ale acestora	17,6	4,86
29	Produse chimice organice	11,1	3,05
76	Aluminiu și articole din acesta	7,68	2,11

SURSA: [HTTPS://TRENDECONOMY.COM/DATA](https://TRENDECONOMY.COM/DATA)

PRINCIPALELE IMPORTURI LA NIVELUL DE 4 CIFRE A HTS, A. 2022:

7108 - Aur (inclusiv placat cu aur cu platină) neprelucrat sau în forme semiprelucrate sau sub formă de pulbere - **5,61% (20 miliarde dolari SUA)**;

2710 - Uleiuri petroliere și uleiuri din minerale bituminoase, nu brut; preparate n.c.a. care conțin în greutate 70% sau mai mult uleiuri din petrol sau uleiuri din minerale bituminoase; acestea fiind constituenții de bază ai preparatelor; uleiuri uzate - **5,13% (18,6 miliarde dolari SUA)**;

7204 - Deșeuri și deșeuri feroase; retopirea lingourilor de fier sau oțel vechi - **2,67% (9,71 miliarde dolari SUA)**;

2701 - Cărbune; brichete, ovoizi și combustibili solizi similari fabricați din cărbune - **2,24% (8,16 miliarde dolari SUA)**;

8703 - Autovehicule și alte autovehicule concepute în principal pentru transportul de persoane (altele decât cele de la poziția 87.02), inclusiv "break" și mașini de curse - **2,19% (7,98 miliarde dolari SUA)**;

8708 - Piese și accesorii pentru autovehicule de la pozițiile 87.01 până la 87.05 - **1,68% (6,12 miliarde dolari SUA);**

7601 - Aluminiu brut -**1,43% (5,23 miliarde dolari SUA);**

7208 - Produse laminate plate din fier sau oțel nealiat, cu o lățime de 600 mm sau mai mult, laminate la cald, neplacate, placate sau acoperite -**1,17% (4,25 miliarde dolari SUA);**

3902 - Polimeri ai propilenei sau ai altor olefine, în forme primare - **1,02% (3,73 miliarde dolari SUA).**

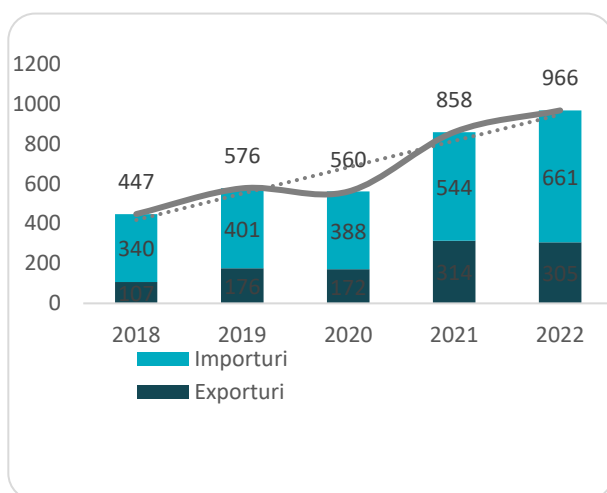
3. COMERȚUL EXTERIOR AL REPUBLICII MOLDOVA CU TURCIA

3.1. VOLUMUL COMERȚULUI EXTERIOR AL REPUBLICII MOLDOVA CU TURCIA

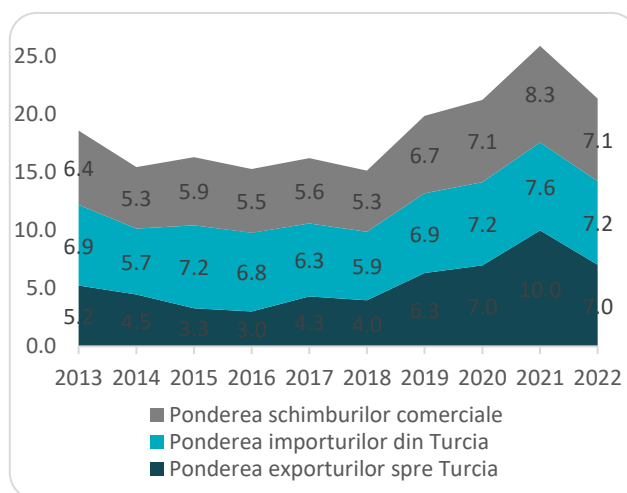
Schimburile comerciale totale ale Republicii Moldova cu Turcia au înglobat circa 966 mil. dolari SUA în 2022, înregistrându-se în general o **tendență de creștere a intensității relațiilor economice bilaterale**. Excepție este anul 2020, când economia națională și globală au fost afectate de criza pandemică. Anii 2021 și 2022 au fost cei mai favorabili din punct de vedere a relațiilor moldo-turce, în pofida dezechilibrelor comerciale create de războiul din regiune provocat de Federația Rusă în Ucraina.

Ponderea comerțului exterior cu Republica Turcia în volumul comerțului exterior total al Republicii Moldova a ajuns la circa 7% (Figura 8). Semnarea **Acordului de Comerț Liber cu Turcia în anul 2014** este factorul de bază care a accelerat relațiile comerciale bilaterale în ultimii ani. Acordul a generat multiple avantaje și oportunități comerciale pentru exportatorii autohtoni de mărfuri industriale. Datorită anulării și reducerii taxelor vamale, concomitent cu asigurarea unor perioade de tranziție pentru cele mai sensibile mărfuri, antreprenorii din țara noastră au accesat mai ușor piața Turciei, fiind liberalizate schimburile comerciale între ambele țări pentru circa 9 mii de poziții tarifare.

FIGURA 7. VOLUMUL COMERȚULUI EXTERIOR AL REPUBLICII MOLDOVA CU TURCIA, MIL. DOLARI SUA

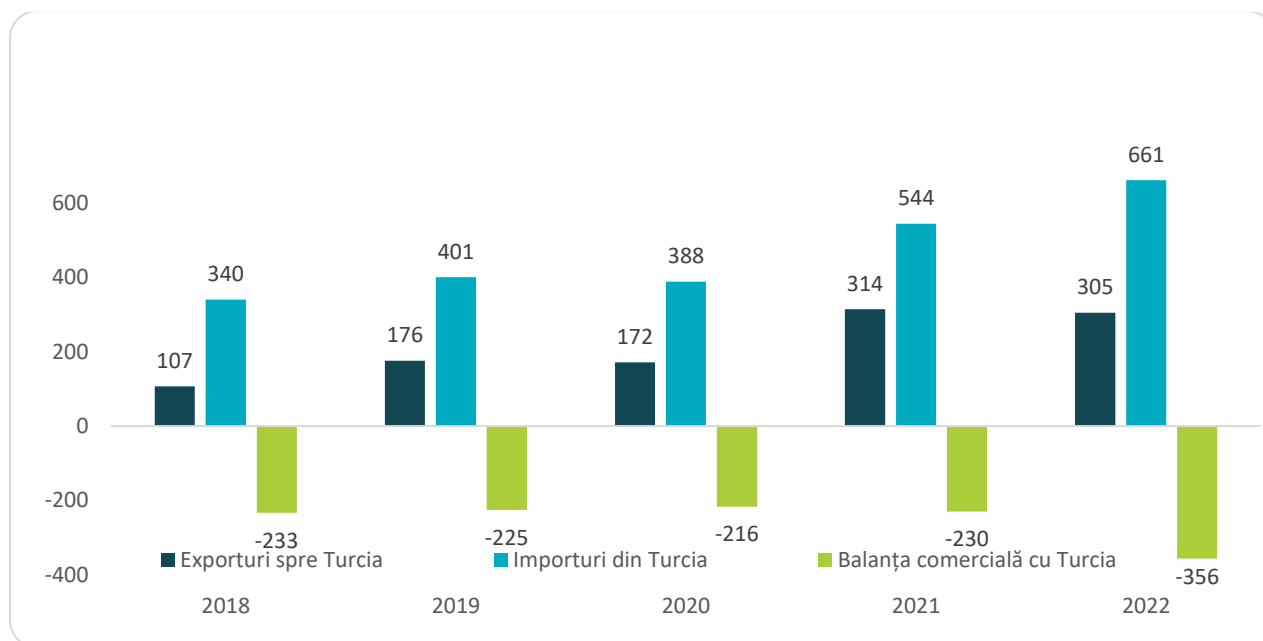


FIGURĂ 8. PONDEREA VOLUMULUI COMERȚULUI EXTERIOR AL REPUBLICII MOLDOVA CU TURCIA ÎN TOTAL COMERȚ EXTERIOR AL REPUBLICII MOLDOVA, %



Balanța comercială a Republicii Moldova cu Turcia este în defavoarea Republicii Moldova, datorită volumului net superior al importurilor comparativ cu exporturile. În perioada 2018-2022 deficitul balanței comerciale a variat între 216-356 mil. dolari SUA (Figura 9). În 2022, din cauza creșterii importurilor și scăderii exporturilor, soldul negativ al balanței comerciale a atins cel mai înalt nivel (-356 mil. dolari SUA).

FIGURA 9. COMERȚUL EXTERIOR AL REPUBLICII MOLDOVA CU TURCIA, MIL. DOARI SUA



SURSA: BIROUL NAȚIONAL DE STATISTICĂ

3.2. EXPORTURILE REPUBLICII MOLDOVA SPRE TURCIA

Exporturile Republicii Moldova spre Turcia înregistrează o tendință de creștere (Figura 10). Exporturile moldovenești în Turcia în anul 2022 au constituit **305 mil. dolari SUA**, în **creștere de 2,8 ori** față de 2018. O evoluție similară a fost atinsă și în anul 2021, când volumul exporturilor a totalizat circa 314 mil. dolari SUA, un volum de 2,9 ori mai mare decât cel înregistrat în 2018. Trendul exporturilor a fost influențat de perioada pandemiei pe fondul diminuării cererii și restricțiilor comerciale impuse, precum și de contextul regional complicat influențat de războiul din Ucraina. Raportat la **volumul exportului național**, exporturile spre Turcia dețin o pondere relativ însemnată la nivel național, **variind între 4% și 10% în perioada 2018-2022** (Figura 10). Astfel, conform datelor din 2022, **Turcia ocupa locul 4 din 77 (Figura 11)**, în lista țărilor partenere spre care Republica Moldova efectuează exporturi, iar în 2021 - **cel mai favorabil an din punct de vedere a exporturilor, Turcia ocupa locul 2 (după România)**. Anul 2021 a fost caracterizat de un rezultat record al sectorului agricol, în special a producției cerealiere (porumb - creștere de 3 ori, grâu – de 2,7 ori, floarea soarelui - de 1,9 ori), fapt ce a impulsionat exporturile de cereale în Turcia, spre care au fost direcționate 31% din exporturile totale de cereale.

FIGURA 10. EVOLUȚIA EXPORTURILOR SPRE TURCIA (MIL. DOLARI SUA), ȘI PONDERA ÎN TOTAL

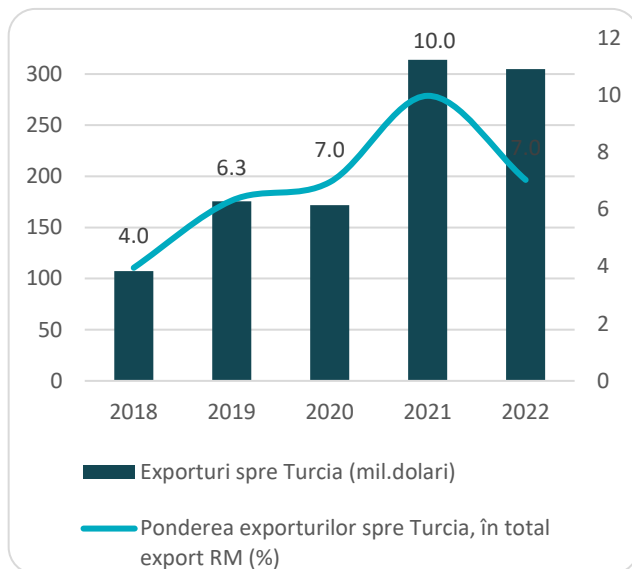
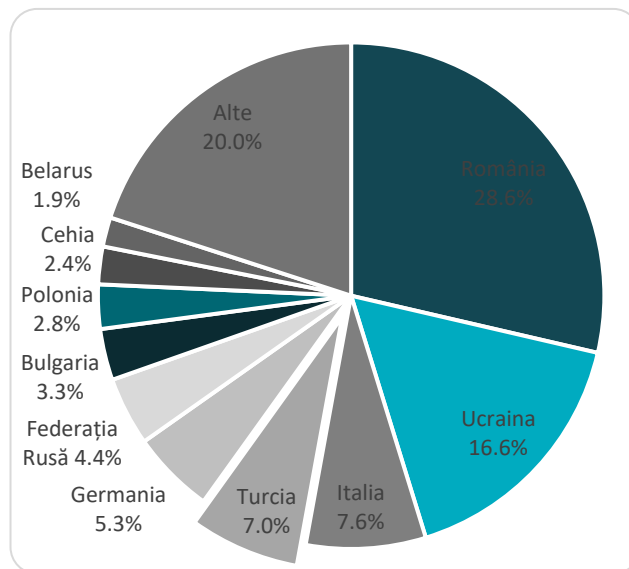


FIGURA 11. PRINCIPALELE ȚĂRI PARTENERE ÎN DERULAREA EXPORTURILOR RM ÎN ANUL 2022 (%)



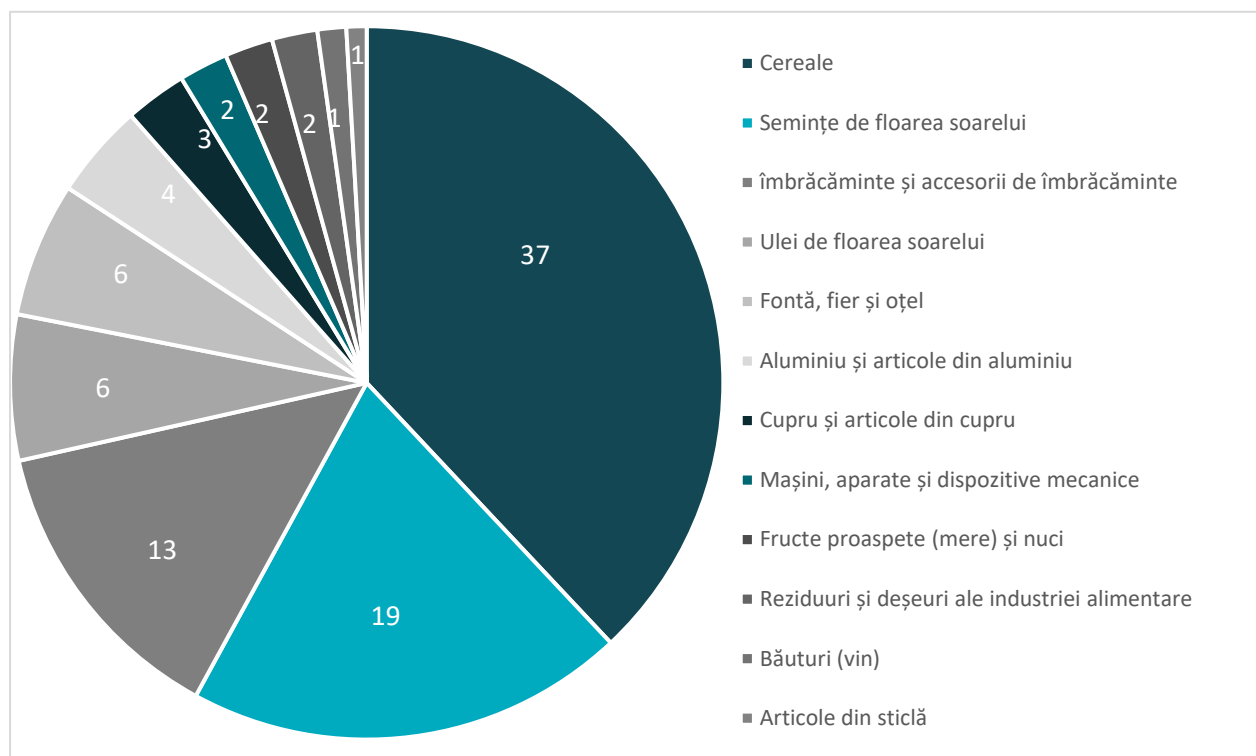
SURSA: BIROUL NAȚIONAL DE STATISTICĂ, GLOBAL TRADE HELPDESK, WWW.INTRACEN.ORG

Exporturile Republicii Moldova spre Republica Turcia constau în general din **produse agricole primare, produse ale industriei alimentare și băuturilor, produse ale industriei ușoare, produse ale industriei metalurgice**, precum și alte produse ale **industriei manufacturiere**. În același timp, exporturile Republicii Moldova cu Turcia sunt relativ puțin diversificate. Peste jumătate din totalul exporturilor spre această țară sunt formate din **2 poziții: „cereale”** (dintre care: **porumb – 87% și grâu – 12%**) și **„semințe de floarea soarelui”** – produse agricole primare, cu valoare adăugată scăzută pentru economie.

Principalele produse exportate de producătorii moldoveni în 2022 în Republica Turcia sunt:

- **Cereale**, în valoare de **112 mil. dolari SUA**, ceea ce constituie circa **37% din volumul exportat**;
- **Semințe de floarea soarelui**, în valoare de circa **59 mil. dolari SUA (19%)**;
- **Îmbrăcăminte și accesorii de îmbrăcăminte**, în valoare de circa **40 mil. dolari SUA (13%)**;
- **Ulei de floarea soarelui**, în valoare de **19 mil. dolari SUA (6%)**;
- **Fontă, fier și oțel**, în valoare de **18 mil. dolari SUA (6%)**;
- **Aluminiu și articole din aluminiu**, în valoare de **13 mil. dolari SUA (4%)**;
- **Cupru și articole din cupru**, în valoare de **8 mil. dolari SUA (circa 3%)**;
- **Mașini, aparate și dispozitive mecanice**, în valoare de circa **7 mil. dolari SUA (2%)**;
- **Fructe proaspete (mere) și nuci**, în valoare de circa **6 mil. dolari SUA (circa 2%)**;
- **Reziduuri și deșeuri ale industriei alimentare**, în valoare de circa **6 mil. dolari SUA (circa 2%)**;
- **Băuturi, băuturi spirtoase**, în valoare de circa **4 mil. dolari SUA (circa 1%)**;
- **Articole din sticlă**, în valoare de circa **3 mil. dolari SUA (circa 1%)**

FIGURA 12. TOP PRODUSE EXPORTATE DE REPUBLICA MOLDOVA SPRE TURCIA, 2022, % TOTAL EXPORTURI



SURSA: GLOBAL TRADE HELPDESK, WWW.INTRACEN.ORG

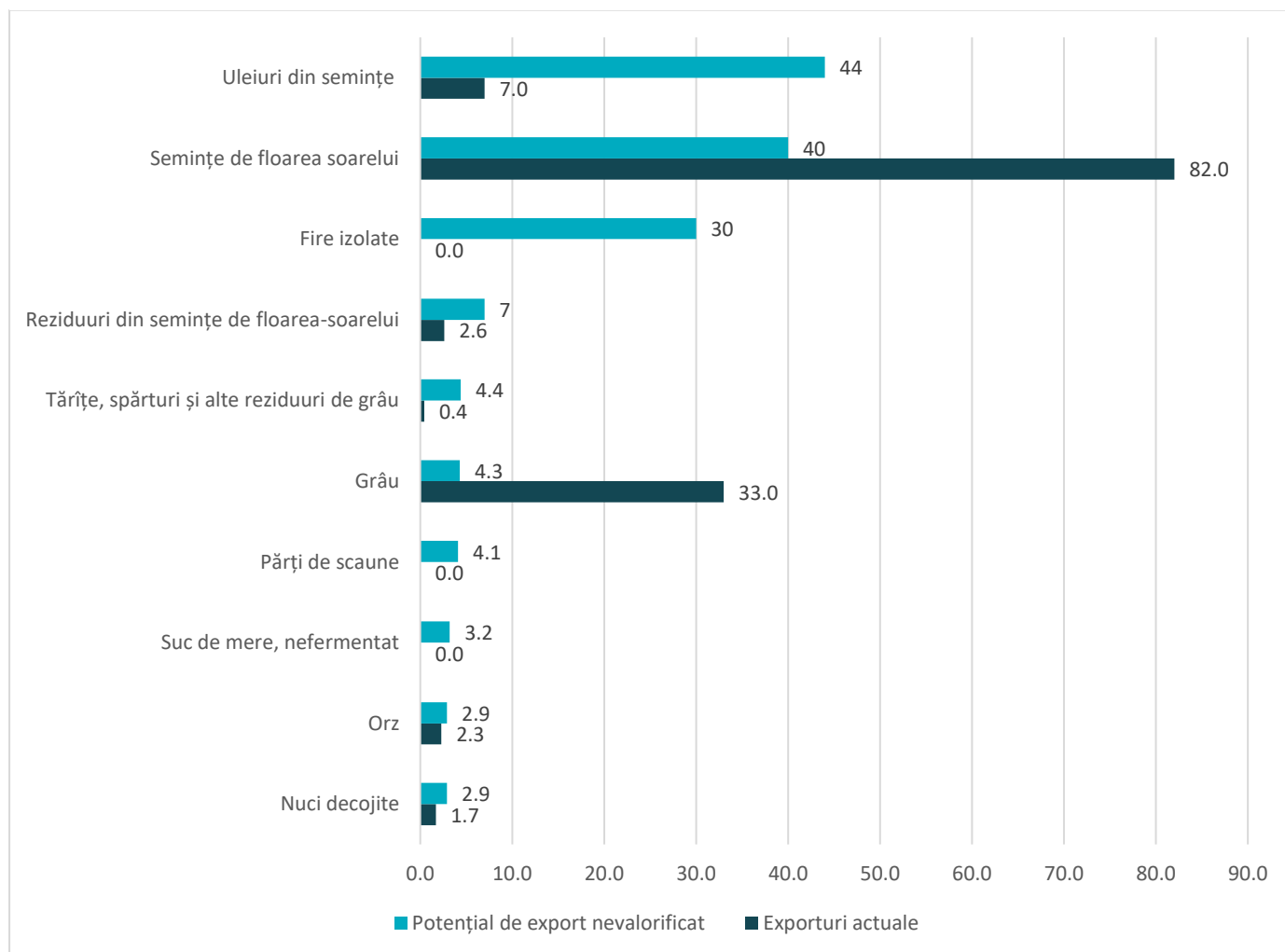
3.3. POTENȚIALUL DE EXPORT AL REPUBLICII MOLDOVA SPRE TURCIA

Potrivit metodologiei Centrului Internațional de Comerț (International Trade Center) de estimare a potențialului de export, **produsele cu cel mai mare potențial de export din Moldova către Turcia** sunt:

- 1) **semințele de floarea-soarelui** (export potențial – 122 mil.dolari SUA, în timp ce exporturile actuale constituie 82 mil.dolari, iar potențialul nevalorificat – 40 mil.dolari (Figura 7))
- 2) **uleiul brut de floarea-soarelui** (export potențial – 51 mil.dolari SUA, exporturile actuale - 7 mil.dolari, potențialul nevalorificat – 44 mil.dolari, clasându-se pe locul I după valoarea exporturilor potențiale nevalorificate);
- 3) **grâul** (export potențial – 38 mil.dolari SUA, exporturile actuale - 33 mil.dolari, potențialul nevalorificat – 4,3 mil.dolari).

Potrivit aceleiași surse, cele mai bune opțiuni de **diversificare a exporturilor** în Turcia sunt produsele: **linte uscată și decorticată** și **anumite articole de îmbrăcăminte pentru femei tricotate/croșetate**, în timp ce deșeurile și resturile de fier și oțel, articole din aluminiu sunt produsele care se confruntă cu cel mai mare potențial de cerere în Turcia.

FIGURA 13. POTENȚIALUL DE EXPORT NEVALORIFICAT DE PRODUCĂTORII AUTOHTONI, MIL DOLARI SUA



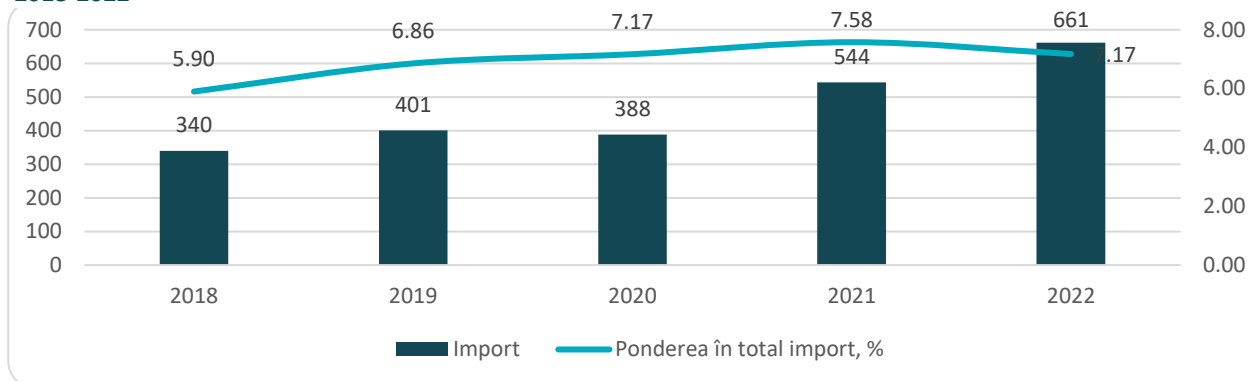
SURSA: INTERNATIONAL TRADE CENTER WWW.INTRACEN.ORG

3.4. IMPORTURILE REPUBLICII MOLDOVA DIN TURCIA

Gradul de dependență a Republicii Moldova de piața Turciei este, în general, în creștere. Prezența Turciei în importurile moldovenești a crescut de la 5,9% în 2018 (340 mil. dolari) până la 7,2% în 2022 (661 mil. dolari). În 2022 se observă o tendință nesemnificativă de descreștere a ponderii importurilor din Turcia în importurile totale moldovenești, totuși ca volum, importurile au crescut cu 19% (+117 mil. dolari SUA) (Figura 14).

În toată perioada 2018-2022, importurile au înregistrat o tendință de diminuare doar în anul pandemic 2020, când măsurile restrictive impuse au diminuat cererea internă atât din partea populației pentru consum final, cât și din partea agenților economici pentru bunurile intermediare. Astfel, descreșterea cererii a condus la diminuarea importurilor totale cu circa 7%, inclusiv din Turcia cu circa 3%.

FIGURA 14. EVOLUȚIA IMPORTURILOR DIN TURCIA (MIL. DOLARI SUA) ȘI PONDEREA ÎN TOTAL IMPORTURI (%), 2018-2022



SURSA: BIROUL NAȚIONAL DE STATISTICĂ

Piața moldovenească nu prezintă interes major pentru Turcia. Cel mai important partener comercial al Turciei este Germania, spre care sunt direcționate 8% din exporturile Turciei. Cu o pondere de 7% în total urmează exporturile spre SUA, apoi Irak, Marea Britanie, Italia cu 5%. Exportul spre Republica Moldova deține 0,3%, clasându-se pe locul 71 în lista țărilor partenere.

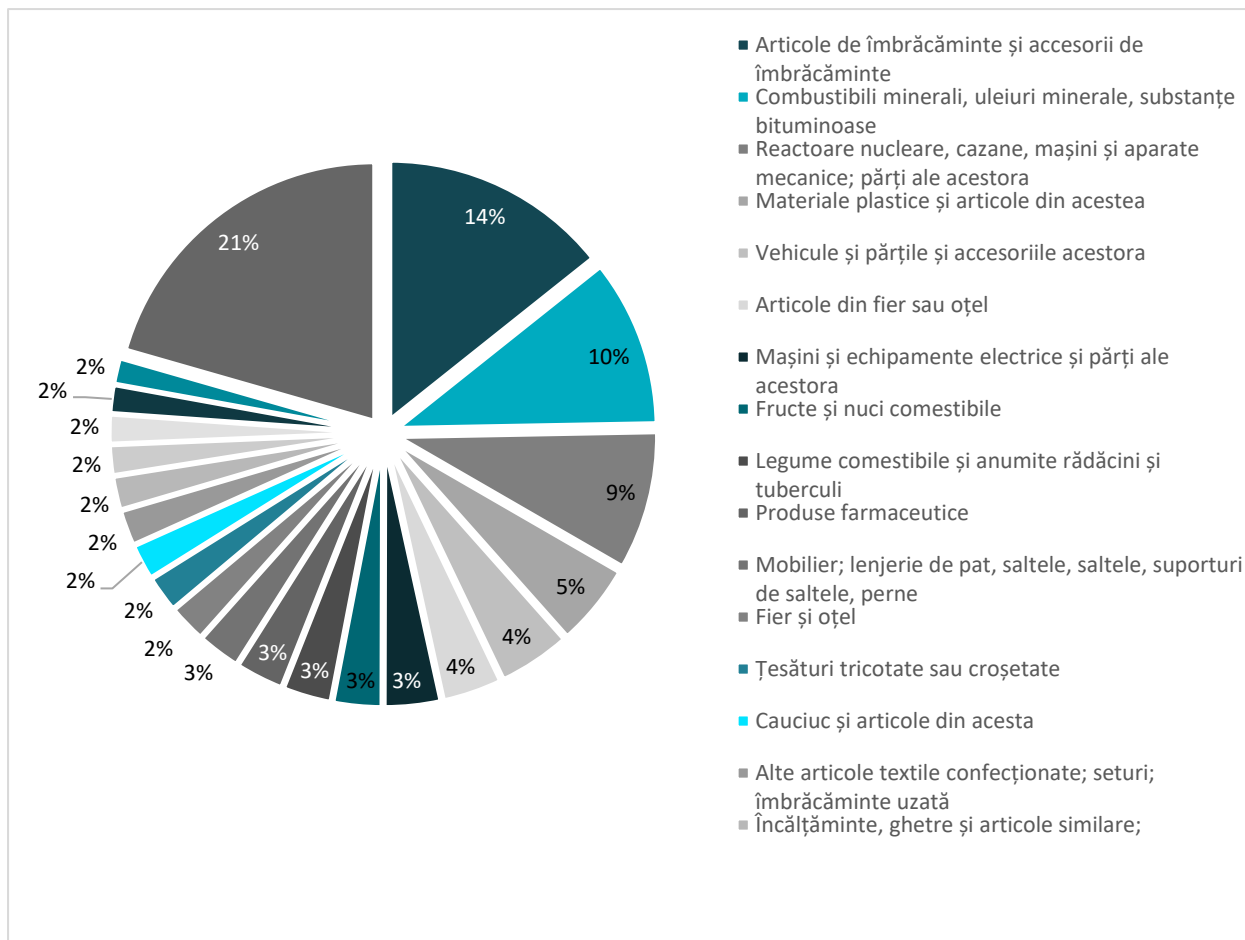
Fiind o țară cu o economie dezvoltată, exporturile Turciei sunt foarte diversificate. Pozițiile cele mai importante sunt ocupate de produse ale industriei constructoare de mașini: vehicule și părți ale acestora (11%), reactoare nucleare, cazane, mașini și aparate electrice (9%), mașini și echipamente electrice (5%). În același timp, fiind o țară bogată în resurse minerale, în proporție de 6% exporturile Turciei sunt formate din combustibili minerali, uleiuri minerale și produse rezultate din distilarea acestora, substanțe bituminoase. De asemenea, Turcia exportă volume semnificative de fier și oțel (6% din exporturi), precum și materiale plastice (5%). O industrie importantă a economiei Turciei este industria ușoară: articole de îmbrăcăminte și accesorii de îmbrăcăminte (8% din total exporturi).

Importurile din Turcia în Republica Moldova sunt destul de diversificate și nu diferă foarte mult de la an la an (Figura 15). În top 10 categorii de produse importate de Republica Moldova din Turcia intră următoarele:

- 1. Articolele de îmbrăcăminte și accesorii de îmbrăcăminte** care dețin o pondere de 14% în structura importurilor, însumând o valoare de 97,3 dolari SUA. Această categorie este formată din articole de îmbrăcăminte tricotate sau croșetate (circa 10%) și articole de îmbrăcăminte netricotate sau necroșetate (circa 4%). Republica Moldova este foarte dependentă de importurile de îmbrăcăminte din Turcia. Jumătate din importurile totale de îmbrăcăminte vin din Turcia (Figura 11).
- 2. Combustibilii minerali, uleiurile minerale, substanțele bituminoase** – care ocupă o cotă de 10% în structura importurilor din Turcia, însumând o valoare de 69 mil. dolari SUA. Republica Moldova este pe deplin dependentă de importurile de aceste produse, totuși Turcia nu este cel mai important livrator de combustibili pentru țară, ponderea importurilor din Turcia în total importuri ale țării de aceste produse constituind circa 3%.
- 3. Reactoarele nucleare, cazanele, mașinile, aparatele mecanice și părți ale acestora** dețin o pondere de 9% în structura importurilor, însumând o valoare de 57,1 mil dolari SUA. Începând cu 2016, importul de aceste produse a crescut constant. Totuși, Turcia nu este piața de bază de unde Republica Moldova importă aceste produse, cota acestora constituind circa 9% în importurile totale de aceste produse.

4. **Materialele plastice și articolele din acestea** – reprezintă o altă categorie de produse de bază importate de Republica Moldova din Turcia. Valoarea importurilor de aceste produse a constituit în 2022 - **33,8 mil. dolari SUA, 5%** din totalul importurilor din Turcia și **9%** din totalul importurilor de acest produs ale Republicii Moldova.
5. **Vehiculele, părțile și accesoriile acestora** sunt importate din Turcia în valoare de **29,5 mil. dolari (4%)**. La această categorie Republica Moldova depinde neînsemnat de Turcia, dependența de piața Turciei în ce privește aprovizionarea cu vehicule fiind de 5%.
6. **Articole din fier și oțel** – volumul importurilor de aceste produse din Turcia constituie **24,3 mil. dolari SUA (4%)**. Turcia reprezintă o sursă destul de importantă pentru Republica Moldova în ce privește asigurarea cu acest produs. Circa 17% din totalul importurilor de acest produs este acoperit de importul din Turcia.
7. Importul de **mașini și echipamente electrice** din Turcia are o pondere de **3% (23 mil. dolari SUA)** și este reprezentat aproape în totalitate de fire și cabluri. Cu excepția anului 2020, importul de aceste produse au crescut constant odată cu dezvoltarea industriei componentelor auto, în special în cadrul Zonelor Economice Libere. Dependența de piața Turciei este relativ mică, de circa 3%.
8. **Fructele și nucile comestibile** reprezintă categoria poziționată pe locul 8 în structura importurilor din Turcia, însumând **19,8 mil. dolari SUA** și deținând o cotă de **3%**. Turcia reprezintă o țară de bază de unde Republica Moldova importă aceste produse. Circa 22% din tot importul de fructe și nuci comestibile vine din Turcia.
9. **Legumele comestibile și anumite rădăcini și tuberculi** sunt importate în volum de **19,8 mil. dolari SUA**, cu o proporție de **3% în total importuri**. În pofida dezvoltării agriculturii, inclusiv a practicării cultivatului de legume în sere, importul legumelor din această categorie demonstrează o tendință clară de creștere (de la 9,2 mil dolari în 2016 la 19,8 mil. dolari în 2022). În același timp, Turcia este unul din partenerii de bază, de unde Moldova importă legume și alte tipuri de plante. Aproape 1/3 din toate importurile de aceste produse vin din Turcia.
10. **Produsele farmaceutice** au o pondere de **3%** în structura importurilor din Turcia, însumând o valoare de **19,6 mil. dolari SUA în anul 2022**. Totodată, dependența de piața Turciei în ce privește aprovizionarea cu medicamente este de circa 7%.

FIGURA 15. STRUCTURA IMPORTURILOR DIN TURCIA ÎN ANUL 2022, %



SURSA: GLOBAL TRADE HELPDESK, WWW.INTRACEN.ORG

FIGURA 17. TOP 10 PRODUSE IMPORTATE ÎN RM DIN TURCIA, % TOTAL IMPORT TURCIA, 2022

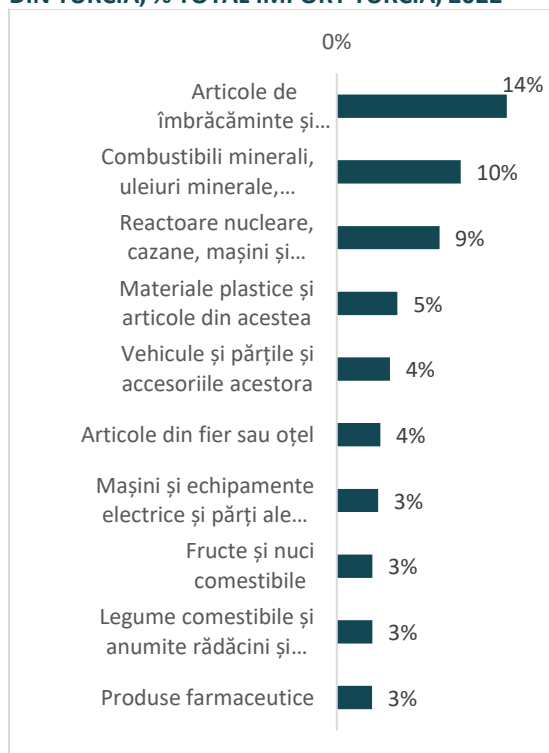
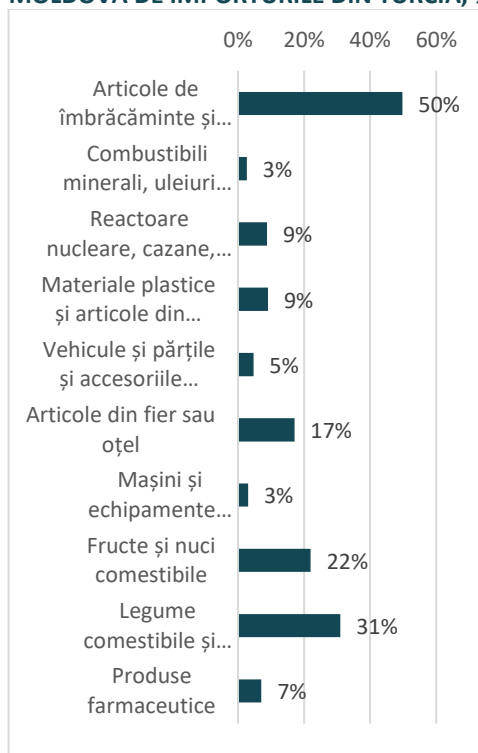
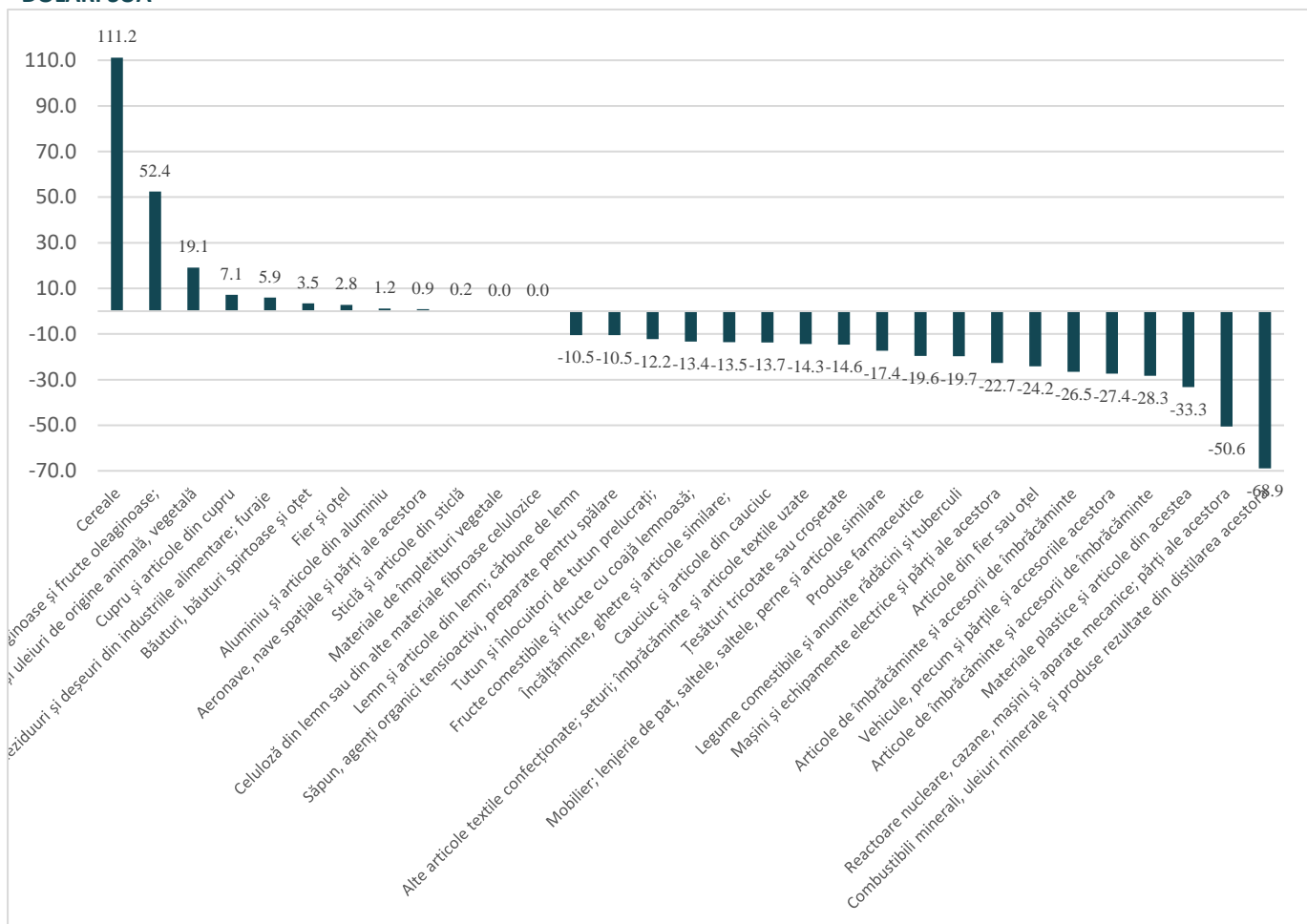


FIGURA 16. DEPENDENȚA REPUBLICII MOLDOVA DE IMPORTURILE DIN TURCIA, %



Importăm din Turcia de 2 ori mai mult decât exportăm. În general, Republica Moldova are balanță pozitivă la un număr relativ mic de produse: cereale, semințe și fructe oleaginoase, uleiuri, cupru și articole din cupru, reziduuri și deșeuri din industria alimentară, băuturi, fier, oțel, etc. (Figura 18). În același timp, un număr semnificativ de produse înregistrează balanță negativă, printre care produsele cu cel mai mare impact negativ sunt: combustibilii naturali, reactoarele nucleare, cazanele, materialele plastice, articole de îmbrăcăminte, vehicule, articole din fier. Din această perspectivă, este relevant de a remarca ramuri industriale prezente în economia națională, care ar putea fi dezvoltate pentru a acoperi cererea internă cu produse autohtone, fapt ce ar contribui la reducerea contului negativ al țării în raport cu Turcia.

FIGURA 18. BALANȚA COMERCIALĂ CU TURCIA PENTRU PRINCIPALELE CATEGORII DE PRODUSE, ANUL 2022, MII DOLARI SUA



4. ACCESSAREA PIEȚEI DIN TURCIA DE CĂTRE PRODUCĂTORII EXTERNI

4.1. PROCESE ȘI PROCEDURI DE IMPORT

Pentru a efectua proceduri de import în Turcia este necesară urmarea a mai mulți pași descriși în reglementările legale în vigoare. Astfel, se impune judicios de a efectua cercetarea pieței, identificarea cu exactitate a codului produselor, respectarea legislației vamale și verificarea conformității cu numeroase standarde de calitate și conformitate.

REGIMURI VAMALE

Punerea în aplicare și respectarea Reglementările vamale din Turcia sunt asigurate de Ministerul Comerțului, iar legislația vamală include opt regimuri:

- Punerea în liberă circulație
- Tranzit
- Depozitare
- Perfecționare activă
- Prelucrare sub control vamal
- Admitere temporară
- Perfecționare pasivă
- Export.

CERINȚE PENTRU OPERAȚIUNILE DE IMPORT

Pentru a importa în Turcia este necesară înregistrarea la autoritățile vamale turce. Astfel, obținerea de către importator a certificatului de Operator Economic Autorizat poate accelera importurile și eficientiza procesele vamale. În plus, informații despre companie, cum ar fi informațiile de contact, contul bancar, precum și tipul de activitate care va avea loc în Turcia, trebuie furnizate ca parte a procedurii de înregistrare.

DOCUMENTE PENTRU OPERAȚIUNILE DE IMPORT

Documentele necesare procesului se pot modifica în funcție de natura mărfurilor importate, valoarea acestora și alți factori. Cu toate acestea, în general, documentele comune necesare sunt:

- Factură comercială
- Certificat de proveniență
- Certificat de conformitate
- Certificat de sănătate
- Lista de ambalare (informații despre conținutul fiecărui pachet, cum ar fi greutatea și dimensiunile mărfurilor)
- Conosament/Bill de transport aerian
- Polița de asigurare
- Formular de declarație vamală turcească
- Formular ATR pentru mărfuri cu statut de origine preferențială
- Documente speciale, după caz (de exemplu, certificate și permise sanitare etc.)

Toate bunurile, cu excepția celor al căror import este interzis sau supus sistemului de autorizare, pot fi importate în Turcia.

Autoritatea de determinare a mărfurilor al căror import este interzis, este Ministerului Economiei.

În acest sens, poate fi menționat că importul de deșeuri, substanțe chimice și deșeuri specifice este interzis în ceea ce privește protecția mediului.*

Importuri restricționate*

Există trei grupe de produse care pot fi importate doar cu un „document de control” emis de Ministerul Mediului:

- 1. Anumite deșeuri, reglementate de „Regulamentul pentru Siguranța și Inspekția Produselor 2022/3”;*
- 2. Anumite substanțe chimice, reglementate de „Regulamentul pentru Siguranța și Inspekția Produselor 2022/6”*
- 3. Deșeuri metalice, reglementate de „Regulamentul pentru Siguranța și Inspekția Produselor 2022/23”.*

În cazurile în care aceste mărfuri pot fi importate, importatorul trebuie să fie o entitate industrială care intenționează să utilizeze aceste materiale în propriul proces de fabricație. Anumite alte produse, inclusiv, dar fără a se limita la, metale prețioase neprelucrate, scrub-uri metalice și benzină pot fi importate numai de anumite organizații și persoane desemnate.

Pe de altă parte, importul anumitor mărfuri care nu fac obiectul direct interdicției de import poate fi importat cu permisiunea din cauza protecției oamenilor, sănătății animaliere și mediului.

EMBARGOURI IMPORT DE ARME

Turcia aplică embargouri parțiale sau totale asupra armelor în următoarele țări: Afganistan (elementele talibane); Eritreea; Coasta de Fildeș; Iran; Congo (actori neguvernamentali); Coreea de Nord; Libia; Liban (actori neguvernamentali); Republica Central africană; Somalia; Sudan (regiunea Darfur); Yemen. În plus, Turcia impune sancțiuni în conformitate cu reglementările ONU privitor la: Myanmar; Siria și Irak.

După aprobarea autorităților vamale turce, se recomandă **contractarea unui expeditor de încredere care este specializat în livrarea transporturilor**, astfel încât să poată aranja colectarea sau livrarea într-un port sau alt loc desemnat din Turcia.

După depunerea documentației necesare, autoritățile vamale turce vor evalua tranzacția pentru a determina dacă aceasta respectă regulile și reglementările aplicabile la hotarele Turciei și va aproba sau refuza expediere pentru vămuire.

Procedurile vamale din Turcia sunt împărțite în patru etape esențiale.

1. Depunerea unei declarații detaliate și plasarea mărfurilor sub controlul vamal.
2. Verificarea declarației și, după caz, controlul mărfurilor.
3. A treia fază include evaluarea în vamă, estimarea taxelor datorat și plata taxelor și a altor taxe conform legilor tarifelor vamale și altor reglementări comerciale.
4. Primirea declarației finale și recuperarea mărfurilor.

În conformitate cu legislația vamală turcă, **procesul de vămuire începe cu depunerea declarației sumare**, care trebuie depusă înainte ca mărfurile să fie aduse pe teritoriul vamal al Turciei prin

utilizarea tehnicilor de prelucrare a datelor. Pe lângă depunerea declarației sumare, operatorul navei de transport (companie maritimă sau aeriene), la sosirea în primul port de intrare, trebuie **să prezinte**, pentru toate transporturile efectuate pe nava care sosește, o **așa-numită notificare de sosire**, permițând autorităților vamale să identifice toate declarațiile sumare de intrare care au fost depuse anterior transportării.

Din 1996, Turcia a adoptat **Documentul administrativ unic** (SAD) utilizat în UE, ca bază pentru declarațiile vamale. Operatorii economici (declarații) pot depune declarații prin sistem automatizat **BILGE (acronim pentru Activități Vamale Computerizate în limba turcă)**, la un chioșc vamal sau electronic. Pentru conectarea la sistemul BILGE, este nevoie de un cod de utilizator, o parolă și de o semnătură electronică. Codul de utilizator BILGE (cod special confidențial), poate fi obținut la cel mai apropiat birou vamal. *Birourile Vamale pot accepta declarații pe hârtie în mod excepțional.*

TAXE ȘI OBLIGAȚII FISCALE PLĂTITE LA IMPORT

- Contribuții la Fondul pentru tutun în temeiul articolului provizoriu 1(A) din Legea lichidării unor fonduri (nr. 4629);
- Taxe vamale, conform Tarifului de intrare al Legii vamale (nr. 47);
- Taxa pe valoarea adăugată conform Legii fiscale (nr. 3065);
- Taxa de consum privat;
- Taxa de timbru (Banderol) conform Decretului Cabinetului de miniștri nr. 2011/1406.
- Contribuții la fondul minelor în temeiul articolului provizoriu 1(A) din Legea lichidării unor fonduri;
- Contribuții la marja de mediu conform articolului 18 din Legea mediului (nr. 2872);
- Contribuții la Fondul de Sprijin pentru Utilizarea Resurselor;
- Taxe antidumping și antisubvenție conform Legii pentru prevenirea concurenței neloiale la import (nr. 3577);
- Contribuții la Fondul pentru Dezvoltarea Locuințelor conform Legii privind reglementările comerțului internațional (nr. 2976).

TARIF VAMAL

Turcia aplică **tariful extern comun** (CET) bunurilor industriale, iar **tarifele națiunii celei mai favorizate** (MFN) pentru produsele neagricole constituie în medie 5%. **Protecția tarifară este înaltă pentru produsele agricole**, deși uniunea vamală cu UE și diferitele acorduri de liber schimb oferă acces fără taxe vamale pentru mulți dintre cei mai mari parteneri comerciali ai Turciei. Tarifele vamale pentru anumite mărfuri agricole în vrac, cum ar fi grâul, porumbul, orzul și uleiul de semințe de floarea soarelui, au fost eliminate pentru a aborda inflația majoră a alimentelor și creșterea costurilor mărfurilor. În plus, programele de stimulare a investițiilor prevăd reduceri de taxe și taxe asupra importurilor utilizate în mod obișnuit de exportatori. O „listă de suspendare” permite producătorilor să importe anumite materii prime și articole intermediare la rate scăzute sau scutite de taxe.

Taxă pe valoarea adăugată (TVA) este percepută pentru majoritatea bunurilor și serviciilor importate și interne. Importatorul este responsabil pentru plata TVA, care este calculat pe baza costurilor (CIF) plus orice taxe aplicabile percepute înainte de vămuirea mărfurilor. TVA pentru majoritatea produselor agricole variază de la 1% la 10%, dar poate ajunge până la 20% pentru anumite produse procesate.

Taxa de consum privat (SCT) pentru băuturile alcoolice variază considerabil în funcție de tipul de produs, iar tot alcoolul este impozitat la o cotă extrem de mare, cu revizuire periodică pentru posibile creșteri la fiecare licență de import.

Sunt scutite de taxe de import: Bunurile de capital, unele materii prime, importurile de către agențiile guvernamentale și întreprinderile de stat și produsele pentru investiții cu certificate de stimulare.

SISTEME ELECTRONICE VAMALE

Sistemul Single-Window

Autoritatea Vamală a Turciei aplică sistemul "Single-Window" care permite obținerea documentelor necesare în tranzacțiile vamale dintr-un singur punct și executarea și finalizarea procedurilor vamale printr-un singur punct de aplicare.

Port Single-Window

Notificările făcute de agențiile navale înainte și după sosirea și ieșirea navei sunt introduse dintr-o singură bază de date, numită "Sistemul Port Single Window", care a fost creat pentru a obține informațiile necesare diferitelor instituții și organizații și porturi din această bază de date și pentru a vedea rezultatele autorizațiilor și tranzacțiilor efectuate.

Sistem de urmărire a containerelor și porturilor

Sistemul de urmărire a containerelor și portului este sistemul care permite ca toate operațiunile vamale din porturile să fie efectuate electronic și schimbul electronic de informații între administrația vamală, managementul portului și agenții. Datorită Sistemului, formularele de urmărire a containerelor sunt preluate electronic în toate formularele de transport, iar datele pe hârtie partajate între porturi și biroul vamal, înregistrările de intrare și ieșire sunt preluate electronic

Sistemul Informațional pentru Zone Libere

Sistemul Informațional Zonele Libere este utilizat pentru efectuarea procedurilor de intrare și ieșire în mediul electronic.

Vama fără hârtie

Conform programului „Vama fără hârtie” **documentele anexate la declarația vamală și documentele utilizate în cadrul procedurilor vamale și stabilirii acestor tranzacții** sunt prelucrate complet electronic. Au fost eliminate toate documentele pe hârtie aferente exporturilor în schimbul înlocuirii acestora cu cele electronice. Copia semnată electronic a declarației de export poate fi accesată prin aplicația GET-APP (Program de urmărire și performanță analitică) a exportatorului relevant și instituțiile și organizațiile autorizate pot fi accesate prin intermediul serviciilor web. În plus, valabilitatea declarației poate fi verificată prin scanarea codului QR de pe declarație.

4.2. SIGURANȚA PRODUSELOR ȘI SISTEMUL DE CONTROL AL CALITĂȚII LA IMPORT ȘI EXPORT ÎN TURCIA

Sistemul de control al calității la import și export în Turcia include următoarele segmente:

1 .Sistemul de control al comerțului bazat pe riscuri (TAREKS) – este accesibil online folosind o semnătură electronică, scopul principal al acestui sistem de control este de a crește eficiența

comerțului exterior, de a oferi consumatorilor și firmelor produse sigure și de calitate prin controlul intrării produselor „cu risk” și a pieții și pentru a reduce timpii de așteptare la vamă.

Sistemul cuprinde bunuri de importanță vitală pentru consumatori precum echipamente de protecție personală, jucării, baterii și acumulatori, produse de construcții, echipamente terminale de radio și telecomunicații, dispozitive medicale, mașini, ascensoare, echipamente sub presiune, echipamente electrice și electronice, unele intrări industriale, materii prime, produse de consum etc. care fac obiectul inspecțiilor privind siguranța produselor.

2. Sistem de control al siguranței și calității la import și export. Sistemul de control al importurilor în cadrul Regimului privind reglementările tehnice și standardizarea comerțului exterior din Turcia a fost supus modificărilor din 2004 în scopul armonizării legislației tehnice a Uniunii Europene (UE).

În acest sens, „Decretul Consiliului de Miniștri privind regimul reglementărilor tehnice și standardizării comerțului exterior” și legislația publicată în baza Decretului menționat a fost revizuită pentru a permite implementarea legislației UE relevante în Turcia la import. Comunicatele conexe::

- **Comunicatul privind siguranța și inspecția produsului nr. (2021/1)**
Referințe: produsele industriale sunt supuse inspecției de către Instituția de Standardizare din Turcia (TSE). Inspecțiile sunt efectuate cu respectarea condițiilor minime de sănătate, siguranță și protecție a mediului, oferind informații adecvate consumatorilor.
- **Comunicatul privind siguranța și inspecția produsului nr. (2021/3)**
Referințe: deșeurile al căror import este controlat sau interzis în conformitate cu Catalogul european al deșeurilor și cu Convenția de la Basel privind controlul mișcărilor transfrontaliere a deșeurilor periculoase și eliminarea acestora. Importul de deșeurile al căror certificat de analiza, certificat de radiații, factura proforma etc. care au fost depuse anticipat la Ministerul Mediului și Urbanizării, sunt supuse controlului fizic și analizei probelor.
- **Comunicatul privind siguranța și inspecția produsului nr. (2021/4)**
Referințe: importul de droguri și substanțe psihotrope care pot fi importate numai cu permisiunea Ministerului Sănătății conform acordurilor internaționale relevante este supus controlului de către această autoritate.
- **Comunicatul privind siguranța și inspecția produsului nr. (2024/5)**
Referințe: reglementarea principiilor și procedurilor privind inspecția de conformitate privind sănătatea și siguranța umană, existența animalelor și a plantelor în importul produselor (sunt notificate în anexe) a căror import sunt supuse autorizației Ministerului Agriculturii și Pădurilor.
- **Comunicatul privind siguranța și inspecția produsului nr. (2021/6)**
Referințe: substanțele chimice periculoase al căror import este interzis. Pentru unele produse permise (poziția tarifară 2903.71.00.00.00), importatorii necesită certificat de control eliberat de Ministerul Mediului și Urbanizării.
- **Comunicatul privind siguranța și inspecția produsului nr. (2019/7)**
Referințe: importul unor combustibili solizi, care sunt enumerați în anexa.
- **Comunicatul privind siguranța și inspecția produsului nr. (2021/8)**
Referințe: reglementarea controalele de siguranță a produselor pentru echipamentele terminale de radio și telecomunicații.
- **Comunicatul privind siguranța și inspecția produsului nr. (2021/9)**

Referințe: reglementează controalele de siguranță a produselor pentru anumite produse care necesită marcaj CE, cum ar fi utilaje, echipamente de joasă tensiune , compatibilitate electromagnetică, echipamente sub presiune, vase simple sub presiune, aparate care ard combustibili, ascensoare și cazane de apă caldă.

- **Comunicatul privind siguranța și inspecția produsului nr. (2021/10)**

Referințe: controalele la import de jucării sunt implementate începând cu 12.12.2005, coerent cu legislația UE.

- **Comunicat privind siguranța și inspecția produsului nr. (2021/11)**

Referințe: controalele de siguranță pentru importurile de Echipament Individual de Protecție coerent cu legislația UE .

- **Comunicatul privind siguranța și inspecția produsului nr. (2021/12)**

Referințe: reglementează controalele la importul anumitor produse de larg consum precum suzete, biberoane, produse de îngrijire a bebelușilor, articole de papetărie. consumabile, "mouse pad", imitații de bijuterii, ceasuri de mână etc.

- **Comunicatul privind siguranța și inspecția produsului nr. (2021/14)**

Referințe: reglementează controalele la importul produselor de construcții precum ciment, bare de fier și oțel etc.

- **Comunicatul privind siguranța și inspecția produsului nr. (2021/15)**

Referințe: reglementează controalele la import de baterii și acumulatori.

- **Comunicatul privind siguranța și inspecția produsului nr. (2021/16)**

Referințe: reglementează controalele la importul dispozitivelor medicale precum dispozitivele medicale in vitro, active implantabile etc.

- **Comunicatul privind siguranța și inspecția produsului nr. (2021/18)**

- **Comunicatul privind siguranța și inspecția produsului nr. (2021/26)**

Referințe: reglementează controalele importurilor de produse textile, piele și îmbrăcăminte.

- **Comunicatul privind siguranța și inspecția produsului nr. (2024/19)**

Referințe: inspecția la import de tutun, produse din tutun, alcool și băuturi alcoolice;

- **Comunicatul privind siguranța și inspecția produsului nr. (2021/20)**

Referințe: importul anumitor bunuri precum produse farmaceutice, medicamente, unele substanțe chimice etc., supuse controlului Ministerului Sănătății.

- **Comunicatul privind siguranța și inspecția produsului nr. (2021/23)**

Referințe: deșeurile de fier uzat: emiterea „documentului de importator fier vechi” eliberat de Ministerul Mediului și Urbanizării; lista. resturilor periculoase al căror import este interzis.

- **Comunicatul privind siguranța și inspecția produsului nr. (2021/25)**

Referințe: inspecția de către Instituția de Standardizare din Turcia (TSE) a pieselor vehiculelor.

- **Comunicatul privind siguranța și inspecția produsului nr. (2023/24)**

Referințe: inspecția la importul de bumbac.

Informațiile despre „Siguranța produselor și Sistemul de control al calității la import” și „Comunicat despre import” pot fi găsite accesând linkurile:

<http://www.economy.gov.tr/portal/faces/oracle/webcenter/portalapp/pages/content/htmlViewer.jspx?contentId=UCM%23dDocName%3AEK-172703&parentPage=urun>

<http://www.economy.gov.tr/portal/faces/oracle/webcenter/portalapp/pages/content/htmlViewer.jspx?contentId=UCM%23dDocName%3AEK-172679&parentPage=mevzuat>

Certificat de conformitate emis de autoritățile relevante sunt necesare la importul de:

- Materiale radioactive și dispozitive care utilizează astfel de materiale
- Arome foarte concentrate
- Hărți și produse care conțin informații despre hărți
- Vehicule rutiere
- Aeronave civile
- Anumite tipuri de explozibili
- Arme de foc, cuțite și unelte similare
- Orice alte produse menționate în "Comunicatul privind importul de îngreșăminte".

ETICHETAREA PRODUSELOR

Cerințele de etichetare sunt prezentate pe site-urile web ale instituțiilor relevante, cum ar fi Ministerul Agriculturii și Pădurilor (www.tarimorman.gov.tr) și Institutul de Standarde din Turcia (www.tse.org.tr).

INFORMAȚII OBLIGATORII PENTRU PRODUSELE ALIMENTARE PREAMBALATE:

- denumirea alimentului;
- lista ingredientelor (inclusiv orice aditivi);
- informații privind alergenii;
- cantitatea anumitor ingrediente;
- marcarea datei (a se consuma de preferință înainte de/până la);
- țara de origine, dacă este necesară pentru claritate (de exemplu: produsele care afișează pe ambalaj drapelul țării sau repere geografice celebre);
- numele și adresa operatorului din sectorul alimentar stabilit în UE sau a importatorului
- cantitatea netă;
- condițiile speciale de păstrare și/sau condițiile de utilizare;
- instrucțiunile de utilizare, dacă este necesar;
- nivelul alcoolului pentru băuturi (dacă este mai mare de 1,2 %);
- declarația nutrițională.

Deși Turcia nu este membră a UE, a implementat pe deplin multe dintre directivele europene privind marcajul CE.

4.3. DREPTURILE DE PROPRIETATE INTELECTUALĂ

Autoritate locală competentă pentru urmărirea penală a mărci comerciale, brevetelor/modelelor de utilitate și indicațiilor geografice este Oficiul pentru mărci comerciale și brevete a Turciei. (<https://www.turkpatent.gov.tr/en/trademark>)

Turcia este membră a Organizației Mondiale a Comerțului World Trade Organizație și este semnatară a unui număr de tratate internaționale vizînd proprietatea intelectuală, inclusiv Convenția de la Paris, Acordul de la Haga privind Depozitul internațional de desene industriale (Actul de la Geneva), Protocolul de la Madrid, Tratatul de cooperare în domeniul brevetelor, Convenția de la Roma, Convenția UPOV, Convenția de la Berna, Convenția europeană privind brevetele și Acordul TRIPS.

4.4. REGULI DE ORIGINE

Turcia aplică reguli de origine preferențiale și nepreferențiale. Ca parte a Uniunii Vamale cu UE, Turcia aplică regulile de origine ale UE la importul din țări terțe. Preferințe bilaterale de cumul al originii se aplică cu țările cu care a încheiat acorduri de comerț liber. Din 1999, Turcia este parte a sistemului Pan European- de cumul al originii (diagonal Pan-European Origin Cumulation System), care permite utilizarea de materiale din orice țară din zona UE, AELS și țările membre ale sistemului Pan-European de cumul al originii (Algeria, Egipt, Israel, Iordania, Liban, Maroc, Autoritatea Palestiniană, Siria și Tunisia).

4.5. EXPOZIȚII ORGANIZATE ÎN TURCIA

Expozițiile reprezintă platforme esențiale pentru consolidarea interacțiunii cu profesioniști din industrie, parteneri și clienți potențiali. Aceste evenimente includ adesea seminare, ateliere și discuții în grup, în cadrul cărora experții din domeniu împărtășesc cunoștințe despre dinamica industriei, progresele tehnologice și cele mai bune practici.

Participarea la expoziții oferă o oportunitate unică de a efectua o analiză a concurenților și de a obține informații relevante despre tendințele din industrie. Aceste evenimente facilitează extinderea pe noi piețe, explorarea de noi segmente și stabilirea de parteneriate strategice. În plus, expozițiile contribuie la creșterea vizibilității mărcii, atragerea clienților, investitorilor și a atenției mass-mediei, consolidând recunoașterea în industrie pentru companii.

Participarea producătorilor moldoveni la expozițiile din Turcia se prezintă drept o oportunitate strategică pentru extinderea afacerilor și explorarea unor noi piețe. Având în vedere statutul Turciei ca una dintre cele mai mari 20 economii ale lumii, clasându-se în același timp în top 10 economii ale Europei după PIB-ul nominal, se deschid perspective semnificative pentru dezvoltarea comerțului și a relațiilor de afaceri între Moldova și Turcia.

În continuare, sunt prezentate câteva expoziții relevante pentru exportatorii produselor moldovenești pe piața din Turcia:

ANFAS FOOD PRODUCT EXHIBITION | (EXPOZIȚIA INTERNAȚIONALĂ DE ALIMENTE ȘI BĂUTURI ANFAS): Expoziția își propune să adune peste 300 de expozanți și mai mult de 50.000 de vizitatori profesioniști din peste 70 de orașe din Turcia și din peste 50 de țări. Participarea în cadrul expoziției oferă o perspectivă asupra ultimelor tendințe din sectorul alimentar, și are ca scop crearea unei platforme pentru creșterea vizibilității producătorilor din industrie, dar și facilitarea parteneriatelor și colaborărilor în domeniu.

KONYA METAL PROCESSING TECHNOLOGIES FAIR | (TÂRGUL TEHNOLOGIILOR DE PRELUCRARE A METALULUI): Evenimentul se concentrează pe inovațiile din domeniul prelucrării metalului, adunând profesioniști și companii din industrie. Târgul explorează cele mai recente tehnologii, materiale și direcții de dezvoltare ale domeniului.

ECOLOGY IZMIR (TÂRGUL PENTRU AGRICULTURĂ ECOLOGICĂ, DEDICAT PRODUSELOR CERTIFICATE ORGANIC): Singurul târg care reprezintă Turcia atât la nivel național, cât și internațional în domeniul produselor ecologice certificate. Târgul servește drept punct de întâlnire pentru producătorii de produse precum alimente organice, textile organice, produse de îngrijire personală și curățenie organice, inputuri organice (fertilizanți, semințe, medicamente, capcane), turism organic, energie regenerabilă, mașini, companii de control și certificare,

laboratoare de analiză. Este un eveniment potrivit pentru cei implicați în sectorul agricol, ce sunt în căutare resurse, parteneriate și cunoștințe care pot contribui la dezvoltarea afacerilor acestora.

ISTAMBUL RETAIL DAYS (TÂRGUL DE FURNIZORI DE PRODUSE ȘI SERVICII PENTRU MAGAZINE, SUPERMARKETURI, HIPERMARKETURI ȘI CENTRE COMERCIALE): Una dintre cele mai importante expoziții din industria de retail la nivel internațional, începând din 2001, reprezentând o platformă globală potrivită pentru schimbul de idei și experiențe, socializare și colaborare. Organizat anual în Istanbul timp de două zile, Retail Days adună diferite segmente ale sectorului, inclusiv comercianți cu amănuntul, centre comerciale, dezvoltatori, companii de tehnologie și furnizori, având peste 6.200 de participanți din 42 de țări. Expoziția este concepută pentru a sprijini crearea de parteneriate și colaborări, schimbul de cunoștințe și dezvoltarea afacerilor celor implicați în retail.

AGROEXPO (EXPOZIȚIE DE AGRICULTURĂ, CREȘTERE A ANIMALELOR ȘI PĂSĂRILOR): Unul dintre cele mai mari târguri agricole din Turcia și al patrulea ca mărime din Europa ce a fost gazda a 449 de participanți, dintre care 79 erau străini. Un total de 105,716 de persoane din 74 de țări, dintre care 12,511 erau străini, au vizitat Agroexpo în 2023. Evenimentul servește drept punct de întâlnire pentru sectoarele agricole, de creștere a animalelor și a păsărilor la nivel mondial.

Participarea producătorilor moldoveni din industria agricolă la acest eveniment oferă un cadru propice pentru a-și expune produsele și serviciile, pentru a stabili colaborări și pentru a interacționa direct cu potențialii clienți interesați.

ISTAMBUL (TÂRG DE PRODUSE ALIMENTARE ȘI BĂUTURI + TEHNOLOGIE DE PRELUCRARE ȘI AMBALARE A PRODUSELOR): Expoziție ce va avea loc în cadrul Istanbul Expo Center - cel mai modern centru de expoziții din Turcia. În 2023, au fost înregistrați vizitatori din 93+ țări și expozanți din peste 40 de țări din industria alimentară. Se estimează că în 2024 expoziția va aduna un total de 15.000 de vizitatori și profesioniști din domeniu. Târgul oferă producătorilor moldoveni o platformă importantă pentru a-și promova produsele din industria alimentară și cea a băuturilor și soluțiile de ambalare pe piața turcă, precum și pentru a afla despre cele mai recente tendințe și inovații în industrie. Participarea poate facilita, de asemenea, stabilirea de parteneriate și colaborări fructuoase.

AGROTEC (TÂRGUL INTERNAȚIONAL DE AGRICULTURĂ): Târg anual care adună participanți și vizitatori interesați de înțelege tendințele globale din industria agricolă, de a găsi clienți și distribuitori noi și a crește notorietatea brandului. Mai mult evenimentul este o platformă excelentă pentru a învăța despre concurenți, produsele lor, metodele și bunele practice implementate de aceștia cu scopul de crește propria afacere. Acest eveniment ar putea oferi producătorilor moldoveni din industria agricolă o platformă strategică pentru a-și expune produsele și serviciile, pentru a stabili colaborări și pentru a interacționa direct cu potențialii clienți.

Este important ca deciziile de participare la expoziții să fie precedate de efectuarea unor cercetări ce țin de piața ce prezintă interes, inclusiv cercetări ce au ca scop înțelegerea nevoilor pieței și a regulilor de afaceri locale. De asemenea, este recomandabil să se stabilească contacte în prealabil cu potențiali parteneri pentru a maximiza beneficiile participării la aceste evenimente.

Lista expozițiilor tematice descrise supra, precum și a altora, organizate în anul 2024, în industrii ce ar putea fi de interes pentru producătorii moldoveni, se prezintă în cele ce urmează:

TABEL 15. TÂRGURI COMERCIALE ÎN TURCIA PENTRU ANUL 2024

TÂRG	LOCAȚIE	DATA DE ÎNCEPERE	DURATA (ZILE)
LIFESTYLE TÜRKIYE	Istanbul	Feb. 2024	N/A
ANFAS FOOD PRODUCT EXHIBITION	Antalya	06.02.2024	4
FRANCHISE ISTANBUL EXPO	Istanbul	06.02.2024	5
FASHIONIST	Istanbul	07.02.2024	4
HOST ISTANBUL	Istanbul	15.02.2024	4
IDEAL HOMEX	Istanbul	15.02.2024	4
THE FLOWER AND PLANT SHOW	Istanbul	15.02.2024	3
IDMA AND VICTAM	Istanbul	Martie 2024	N/A
KONYA SEED	Konya	05.03.2024	5
SAMSUN FURNITURE - DECORATION	Samsun	05.03.2024	6
IBATECH ISTANBUL	Istanbul	24.04.2024	4
KONELEX – KONYA MACHINE TECHNOLOGIES FAIRS	Konya	08.05.2024	4
KONYASAC – KONYA MACHINE TECHNOLOGIES FAIRS	Konya	08.05.2024	4
HARDWARE EURASIA	Istanbul	09.05.2024	4
LIFESTYLE TÜRKIYE	Istanbul	Feb. 2024	N/A
ANFAS FOOD PRODUCT EXHIBITION	Antalya	06.02.2024	4
INTERNATIONAL FIELD DAYS TURKEY	Tekirdag	20.05.2024	6
AUTOMECHANIKA ISTANBUL	Istanbul	22.05.2024	5
AGROTEC - INTERNATIONAL AGRICULTURE FAIR	Ankara	Septembrie 2024	N/A
CNR IMOB MERSIN	Mersin	Septembrie 2024	N/A
TARIM VE TEKNOLOJI GUNLERI	Tekirdag	Septembrie 2024	N/A
ANKIROS	Istanbul	19.09.2024	3
BE MY DEALER	Istanbul	Octombrie 2024	N/A
CUKUROVA FURNITURE AND DECORATION FAIR	Adana	Octombrie 2024	N/A
ISAF IT SECURITY	Istanbul	10.10.2024	4
MUTEX	Istanbul	26.11.2024	4

SURSA: COMPILAȚIA AUTORILOR DUPĂ [HTTPS://WWW.EVENTSEYE.COM/FAIRST/C1_TRADE-SHOWS_TURKEY.HTML](https://www.eventseye.com/fairst/c1_trade-shows_turkey.html)

Cu aproximativ 250 de expoziții organizate în fiecare an, Turcia se impune ca o platformă expansivă și diversificată pentru companii și profesioniști dintr-o gamă largă de sectoare. Aceste evenimente reprezintă nu doar o oportunitate de prezentare a produselor și serviciilor, ci și un cadru semnificativ pentru a dezvolta relații de afaceri, extinde rețelele de contact și accesa noi oportunități. De asemenea, expozițiile oferă un teren fertil pentru socializare și creștere a afacerilor, aducând împreună actori cheie din diverse industrii. Participarea la aceste evenimente oferă companiilor șansa de a-și promova produsele, de a identifica tendințele de piață și de a iniția colaborări strategice.

Cu toate acestea, succesul în cadrul acestor expoziții necesită o pregătire minuțioasă. Companiile ar trebui să fie bine informați despre specificul economiei turcești, să înțeleagă regulile de afaceri distincte și să adopte o abordare adaptabilă pentru a se alinia cerințelor și așteptărilor pieței locale.

Într-o economie dezvoltată precum cea a Turciei, participanții la târguri au șansa de a accesa un mediu dinamic, dar competitiv. Prin pregătire adecvată și o înțelegere profundă a peisajului de afaceri turcesc, aceste expoziții pot deveni catalizatori esențiali pentru extinderea afacerilor, construirea de parteneriate durabile și consolidarea prezenței pe piață.

5. PROFILUL CONSUMATORULUI

5.1. CONSTATĂRI GENERALE CE REFLECTĂ PROFILUL PIEȚEI DE CONSUM A TURCIEI

Diversitatea bogată prin care este caracterizată populația Turciei a generat o segmentare distinctă a pieței interne, în care se conturează mai multe tipuri de consumatori. Două categorii dominante în cheltuielile de consum sunt reprezentate de persoanele cu diplome de licență, adică angajații calificați, și lucrătorii migranți, cu un număr impresionant de aproximativ 130 de milioane de persoane. Urbanizarea accelerată și creșterea economică constantă au făcut din Istanbul și Ankara centre influente pentru consum și afaceri. Diversitatea etnică și lingvistică adaugă nuanțe specifice preferințelor de consum, cerând o adaptare atentă a strategiilor de marketing. Turcia, o destinație turistică populară, găzduiește un mix de turiști, impactând piețele locale cu preferințele și obiceiurile lor.

Economia Turciei a înregistrat, în trimestrul al doilea din 2023, o creștere anuală peste așteptări, de 3,8% (după un avans de 3,9% în primele trei luni), datorită cheltuielilor solide ale gospodăriilor, conform datelor oficiale anunțate de TurkStat la data de 31 august. Analiztii anticipau un avans de 3,5%, în ritm anual.

PIB-ul pe cap de locuitor (PPP) din Turcia a atins nivelul de 34.274 dolari SUA (Banca Mondială, 2022). Comparativ cu primul trimestru din 2023, PIB-ul Turciei a crescut cu 3,5% în perioada aprilie-iunie 2023, de asemenea peste estimări. Analiztii așteaptă, însă, o încetinire a ritmului de expansiune spre finalul anului, la 2,9%, pe fondul reducerii efectelor măsurilor de stimulare și ale majorării dobânzilor. Potrivit Goldman Sachs, creșterea din al doilea trimestru s-a datorat stimulentele fiscale preelectorale și redresării după cutremurele din acest an. Potrivit băncii de investiții, consumul populației s-a menținut solid, însă creșterea producției industriale și a exporturilor a slăbit în perioada respectivă.

Proiecțiile economice indică asupra unei creșteri continuă a cheltuielilor reale ale gospodăriilor turcești, aceasta reflectă încrederea consumatorilor în evoluția economică și sugerează o piață de consum robustă și în creștere.

Prin urmare, Turcia reprezintă o piață vibrantă, marcată de diversitate culturală, urbanizare accelerată și o creștere economică sustenabilă. Companiile care înțeleg și răspund la subtilitățile acestui peisaj dinamic vor fi bine poziționate pentru a capitaliza pe oportunitățile oferite de această țară în evoluție.

5.2. PRINCIPALII FACTORI DE INFLUENȚĂ A CONSUMATORILOR TURCI

Turcia, o țară situată la confluența dintre Europa și Asia, adăpostește o populație diversă și vibrantă, cu o estimare de peste 80 de milioane de locuitori în 2023. Cu orașe mari precum Istanbul, Ankara și Izmir, Turcia se distinge prin amestecul său bogat de culturi și tradiții, oferind o panoramă variată a comportamentului consumatorului.

Populația turcă se caracterizează printr-o puternică conexiune cu tradițiile, iar influențele culturale au o pondere semnificativă în luarea deciziilor de cumpărare. Aici, familia și comunitatea joacă un rol crucial în orientarea preferințelor consumatorilor, iar recomandările

din cercul social au o importanță deosebită. Urbanizarea rapidă și schimbările sociale aduc un peisaj dinamic în comportamentul consumatorilor. Orașele mari devin centre de inovație și consum, iar generațiile tinere, influențate de tendințele globale, aduc o deschidere la tehnologie și modernitate. Conform datelor Băncii Mondiale, 80% din populația Turciei utilizează Internetul.

Turcia se remarcă și prin statutul său geografic deosebit, fiind o destinație turistică de referință. Interacțiunile cu turiștii și industria turismului au un impact semnificativ asupra preferințelor și alegerilor de cumpărare. Consumatorii turci apreciază brandurile și produsele care îmbină tradiția cu inovația, iar prețurile competitive și ofertele promoționale au o influență semnificativă în procesul de cumpărare. De asemenea, conștientizarea asupra sustenabilității și responsabilității sociale devine din ce în ce mai importantă în luarea deciziilor. Cheltuielile de consum sunt susținute de o creștere economică constantă și de o clasă de mijloc în expansiune. Proiecțiile pentru anul 2023 indică o creștere solidă a cheltuielilor reale ale gospodăriilor turcești, reflectând încrederea consumatorilor în evoluția economică.

Consumatorii turci acordă o atenție deosebită recomandărilor din cercul familial și prietenesc, iar influența părerilor celor apropiați este puternic resimțită în alegerea brandurilor. Consumatorii turci tind să cumpere produse proaspete, cum ar fi produse lactate, fructe și legume, la intervale frecvente. Acest obicei este un avantaj pentru magazinele tradiționale "bazar" sau "kirana", care încă ocupă o parte semnificativă din piața cu amănuntul. În ultimii ani, se observă o tranziție în obiceiurile de cumpărare, cu o creștere a achizițiilor online și din supermarketuri. Cu toate acestea, magazinele tradiționale încă păstrează un rol important în peisajul de retail. Consumatorii din zonele rurale devin din ce în ce mai importanți, cu acces sporit la internet și o creștere a cererii pentru servicii de streaming și comerț electronic. Prin urmare, achizițiile se fac în diferite tipuri de locații, de la magazine universale și supermarketuri până la micii comercianți cu amănuntul.

În Turcia, există mai multe **lanțuri de supermarketuri și hipermarketuri** care operează la nivel național. Acestea includ:

BİM: este un lanț de supermarketuri discount care oferă o gamă variată de produse alimentare și non-alimentare la prețuri accesibile.

- **A101:** este un alt lanț de supermarketuri discount care oferă produse alimentare, dar și produse electronice, îmbrăcăminte și altele.
- **ŞOK:** este un lanț de magazine discount care se concentrează pe oferirea de produse la prețuri accesibile, cu accent pe produsele alimentare.
- **Migros Türk:** este unul dintre cei mai mari retaileri din Turcia, operând atât supermarketuri cât și hipermarketuri. Ei oferă o gamă largă de produse alimentare și non-alimentare.
- **CarrefourSA:** este o filială a lanțului de supermarketuri internațional Carrefour și operează în Turcia, oferind produse alimentare și non-alimentare.
- **Metro Cash & Carry:** este un lanț de hipermarketuri care se adresează în principal clienților de tip business, oferind produse în vrac și en-gros.

Pe lângă acestea, există și alți comercianți cu amănuntul locali și internaționali care activează în domeniul supermarket-urilor și hipermarket-urilor în Turcia.

Tehnologia joacă un rol din ce în ce mai important, iar adoptarea crescută a smartphone-urilor influențează comportamentul de cumpărare. Consumatorii turci sunt tot mai orientați către inovație și tehnologii noi. Cumpărăturile sunt ghidate de informații, iar cererea pentru produse personalizate și servicii care economisesc timp este în creștere. Extinderea clasei de mijloc și

influența crescută a generațiilor tinere, precum milenialii și generația Z, aduc schimbări semnificative în profilul pieței de consum. Experiența de cumpărare devine tot mai importantă, iar consumatorii turci sunt dispuși să investească în produse și servicii care oferă o experiență de neuitat.

Comportamentul consumatorului în Turcia este o călătorie fascinantă în lumea contrastelor, unde tradiția coexistă cu modernitatea și unde consumatorii se adaptează rapid la schimbările din mediul de retail. Într-un mediu atât de dinamic, companiile care înțeleg și abordează aceste caracteristici vor putea să-și construiască cu succes prezența pe piața consumatorilor turci.

Piața de comerț electronic în Turcia

Piața de **comerț electronic în Turcia atrage investiții semnificative** din partea giganților mondiali ai industriei. Turcia a devenit un centru de interes pentru companiile de comerț electronic, atât datorită poziționării sale geopolitice avantajoase ca centru logistic, cât și ca hub de producție de înaltă calitate, cu beneficii economice evidente.

Ozon.ru, gigantul rus de comerț electronic, a luat decizia de a investi în Turcia⁸, având planuri de a acționa ca intermediar pentru producători și vânzători, facilitând astfel exportul electronic către Rusia. În același timp, în ultimele luni, gigantul chinez de comerț electronic JD (Jing Dong) a inițiat o colaborare cu PTT e-Store din Turcia, cuprinzând și exportul electronic către China⁹. Această inițiativă evidențiază dorința companiilor de a exploata potențialul pieței chineze și de a beneficia de locația strategică a Turciei în ceea ce privește logistica.

Ecosistemul de comerț electronic turc care intră în radarul investitorilor străini va crea un efect multiplicator asupra potențialului de e-export al Turciei, fiind într-o **poziție avantajoasă în special în textile și încălțăminte**. Deși piața de comerț electronic din Turcia este o piață care continuă să crească, aceasta are potențialul de a deveni țara lider în domeniul e-exportului. Turcia poate deveni centrul de comerț electronic al lumii cu aportul poziției sale geopolitice, mai ales dacă va folosi bine investițiile venite din țări cu populație de multe ori mai mare, precum China și Rusia.

Preferințele de consum ale tinerilor

Preferințele de consum ale tinerilor în Turcia sunt subiectul unui interes crescut, iar studiile relevante aduc la lumină aspecte semnificative legate de deciziile de cumpărare ale acestei categorii de consumatori. Potrivit unui studiu din domeniu, tinerii consumatori din Turcia acordă o importanță deosebită produselor, prețurilor și mărcilor care se aliniază cu stilul lor de viață. Pentru această generație, alegerea unui brand este adesea o extensie a identității lor și a modului în care își definesc propria lor lume. Așadar, relația cu stilul de viață include nu numai calitatea și utilitatea produselor, ci și aspecte legate de experiența generală de cumpărare și de valorile promovate de brand.

Studiul indică faptul că tinerii consumatori sunt atrași de modalități de plată ușoare și de oferte sau reduceri care le oferă un sentiment de satisfacție și fericire. Așadar, companiile care reușesc să ofere aceste avantaje au șanse mai mari de a câștiga și menține loialitatea tinerilor cumpărători. În plus, cultura de cumpărături online a devenit un factor semnificativ în schimbarea stilului de viață al tinerilor din Turcia. Trecerea către o societate modernă și orientată spre piață este evidențiată de preferințele tot mai mari pentru achiziții online. Această

⁸ <https://www.dailysabah.com/business/economy/russian-e-commerce-giant-ozon-opens-office-in-turkiye>

⁹ <https://www.dailysabah.com/business/economy/turkey-e-store-launched-in-china-amid-efforts-to-maximize-trade-potential>

schimbare aduce provocări pentru companiile ce efectuează vânzări online, obligându-le să înțeleagă mai bine nevoile și așteptările consumatorului "new age".

Proiecțiile pentru viitor arată că numărul de consumatori tineri din Turcia va continua să crească. Cu un potențial de creștere semnificativ, această categorie de consumatori devine o piață crucială pentru companiile care doresc să-și mențină relevanța și să se adapteze la schimbările în evoluția stilului de viață și preferințelor de cumpărare ale tinerilor. Este esențial ca brandurile să fie în pas cu aceste evoluții și să dezvolte strategii inovatoare pentru a rămâne conectate și a satisface cerințele dinamice ale acestei categorii de consumatori în continuă schimbare.

5.3. OBICEIURI ALIMENTARE

Obiceiurile alimentare din Turcia reflectă o atenție deosebită acordată gustului, calității și ritualurilor gastronomice. În ceea ce privește interacțiunile sociale la masă, turcii au propriile tradiții și politețe. La o masă în grup, este obișnuit să îți urezi unul altuia "Afiyet olsun" sau "Lezzetli olsun", ceea ce înseamnă "Poftă bună" în limba turcă.

Bucătăria turcă este celebrată pentru diversitatea sa, influențată de istorie și de diversitatea culturală a regiunii. O masă tradițională turcească include adesea cel puțin trei feluri de mâncare. Există o combinație de arome și tehnici de gătit care pot varia semnificativ între regiuni. Elemente ale bucătăriei turcești sunt inspirate de influențe din Orientul Mijlociu, Balcani și Asia Centrală. Bucătăria turcească este variată, un amestec între bucătăria arabă, persană și indiană. Ulei de măsline, legume, carne și pește abundă în el, dar carnea de porc nu este de obicei gătită. Meze sunt aperitive tipice care se servesc în tavernă, un fel de taverne. Uneori sunt însoțiți de raki, o băutură alcoolică făcută cu anason. Printre diferitele ingrediente pe care le găsim în aceste feluri de mâncare se numără vinetele, brânza și puiul. Supele și iaurtul sunt, de asemenea, tradiționale.

În timpul meselor, turcii acordă o importanță deosebită interacțiunilor sociale. Contactul vizual joacă un rol crucial în tradițiile ceremoniale de servire a băuturilor. Când se ciocnesc paharele, oamenii își iau un moment pentru a face contact vizual și pentru a spune "Şerefe" (pentru sănătatea ta). După masă, un obicei răspândit este să se ofere un "shot de raki" sau "şarap", un digestiv apreciat în Turcia. Consumul acestuia este, de obicei, într-o înghițitură.

În ceea ce privește obiceiurile alimentare de zi cu zi, turcii încep ziua cu un mic dejun consistent și sănătos. Un mic dejun tipic turcesc este consistent în brânză (beyaz peynir, kasar etc.), unt, măsline, ouă, roșii, castraveți, gem, miere și smântână. De asemenea, Sucuk (cârnat iute turcesc), pâstrama, borek, simit, pogacea și supele sunt mâncate la o masă de dimineață în Turcia. La prânz, turcii preferă să aibă o masă mai consistentă, iar pauza de prânz este văzută ca o parte semnificativă a zilei, nu doar o simplă pauză de masă. Ei apreciază aspectul social al acestor pauze, considerându-le ca o "reîncărcare" pentru restul activităților zilei.

Mâncarea proaspătă este o prioritate, iar mulți turci merg la piață sau la supermarket zilnic sau la două zile pentru a-și procura produsele proaspete și locale. Turcia este cunoscută pentru deserturile sale delicioase, iar baklava și helva sunt printre cele mai apreciate. În plus, ceaiul este o parte integrantă a culturii turcești și este adesea servit în timpul întâlnirilor sociale. Aceste aspecte ale obiceiurilor alimentare și sociale adaugă o notă distinctivă și captivantă în peisajul cultural și culinar al Turciei.

6. COMPORTAMENTE ÎN AFACERI ÎN TURCIA

Comportamentele și eticheta în lumea afacerilor din Turcia reflectă valorile culturale și normele sociale specifice acestei țări. Iată un ghid detaliat despre comportamentele și eticheta în afacerile din Turcia:

Limbaj și comunicare: Limba oficială în Turcia este turca. Cu toate acestea, mulți oameni de afaceri turci vorbesc, de asemenea, engleza sau alte limbi străine, în special în mediul de afaceri internațional. Comunicarea în engleză este destul de obișnuită, dar aprecierea efortului de a învăța câteva cuvinte sau expresii în turcă este întotdeauna bine primită.

- **Învățarea expresiilor de bază:** Învățarea unor expresii de bază în turcă poate demonstra un respect sincer față de cultura locală și poate facilita interacțiunile de afaceri. Câteva expresii simple precum "Merhaba" (Salut), "Teşekkür ederim" (Mulțumesc), sau "Lütfen" (Vă rog) pot face o diferență semnificativă în comunicare. Ar putea fi util să învățați numerele, zilele săptămânii și salutarile de bază.
- **Utilizarea limbii engleze:** Dacă nu vorbiți turca sau nu aveți cunoștințe solide în această limbă, puteți folosi limba engleză pentru comunicarea de afaceri. Majoritatea documentelor și comunicărilor scrise sunt disponibile în engleză, și mulți profesioniști din Turcia vor putea comunica eficient în engleză.
- **Recunoașterea efortului:** Chiar dacă vă exprimați în limba engleză, recunoașterea efortului de a învăța câteva cuvinte în turcă poate fi apreciată. Încercați să salutați în limba locală sau să utilizați câteva expresii de politețe pentru a arăta că vă interesați de cultura și limba turcă.
- **Servicii de traducere:** În cazul în care este necesară o traducere mai complexă sau pentru documente formale, puteți considera utilizarea serviciilor de traducere profesionale. Aceasta poate ajuta la asigurarea înțelegerii clare în cadrul negocierilor sau a documentelor legale.

Limbajul poate fi un aspect important în afacerile din Turcia, dar nu ar trebui să fie un obstacol major. Cunoașterea expresiilor de bază în turcă și utilizarea limbii engleze pot facilita comunicarea eficientă în mediul de afaceri din Turcia. Arătarea unui interes pentru cultura locală și respectul față de limba turcă pot contribui la consolidarea relațiilor profesionale în această țară.

Salutul: În Turcia, salutarile sunt calde și prietenoase. Strângerea de mână este un salut obișnuit și se face cu încredere. Este important să vă salutați partenerii de afaceri cu numele lor, urmat de un "Bey" pentru bărbați sau "Hanım" pentru femei. Aceasta este o modalitate de a arăta respect și considerație. În cadrul obiceiurilor și tradițiilor Turciei, când se salută, oamenii de același sex se sărută de două ori pe obraji. Dacă doriți să arătați respect față de o persoană mai în vârstă, sărutați-i mâna și așezați-o pe frunte. Străinii sunt strânși de mână. Când turcii se adresează unei tinere, ei folosesc cuvântul doamnă „y bei” pentru bărbați. Dacă sunt mai în vârstă, atunci sunt soră „y agaby”. La fel, dacă există o diferență de vârstă, femeia este „mătușă” și bărbatul, „unchi”. Acest cuvânt este plasat imediat după prenume.

Vestimentația: Vestimentația joacă un rol semnificativ în eticheta afacerilor din Turcia și contribuie la prima impresie pe care o lăsați în lumea de afaceri. Este important să acordați atenție aspectului vestimentar pentru a vă asigura că respectați normele și valorile culturale locale. Iată cum ar trebui să vă îmbrăcați în mediul de afaceri din Turcia:

- **Îmbrăcămintea elegantă și profesională:** În general, se apreciază îmbrăcămintea elegantă și profesională în mediul de afaceri turcesc. Bărbații sunt așteptați să poarte costume sau sacouri, iar femeile pot opta pentru costume elegante sau rochii. Culorile neutre, cum ar fi negru, gri sau albastru, sunt preferate în contextul afacerilor.
- **Respectarea etichetei regionale:** Este important să ții cont de posibilele diferențe regionale în ceea ce privește stilul vestimentar. În anumite regiuni, cum ar fi Istanbul, stilul vestimentar poate fi mai occidentalizat, în timp ce în zonele mai conservatoare, precum Anatolia, se poate aprecia o abordare mai tradițională. Înainte de întâlnirea cu partenerii de afaceri turci pentru a se asigura că a fost aleasă vestimentația care se potrivește contextului local, se recomandă realizarea unei cercetări suplimentare.
- **Accesoriile și detalii:** Atât bărbații, cât și femeile ar trebui să acorde atenție detaliilor. Cravatele, manșetele, pantofii și alte accesorii ar trebui să denote atenție la detalii și un nivel de profesionalism înalt. Cu toate acestea, ar trebui evitate accesoriile prea zgomotoase sau îndrăznețe, care pot fi considerate nepotrivite în contextul afacerilor.
- **Respectul pentru modestie:** Este important să fie luată în considerare modestia în vestimentație, în special în ceea ce privește femeile. Se vor alege haine care acoperă în mod adecvat părți ale corpului, precum decolteul, evitând ținutele provocatoare, deoarece acestea pot fi percepute ca nepotrivite în mediul de afaceri turcesc.

Îmbrăcămintea în mediul de afaceri din Turcia ar trebui să fie elegantă, profesională și adaptată contextului regional. Respectarea normelor culturale și vestimentare locale este esențială pentru a crea o impresie pozitivă în lumea afacerilor din Turcia. Manifestarea unei atenții la detalii și a respectului pentru valorile culturale contribuie la construirea de relații profesionale de succes în această țară cu o bogată tradiție în eticheta afacerilor.

Relații personale: Relațiile personale reprezintă un element esențial în mediul de afaceri din Turcia și joacă un rol fundamental în stabilirea și menținerea relațiilor profesionale de succes. Aspecte importante care urmează a fi luate în considerare la construirea de relații personale în mediul de afaceri turcesc:

- **Importanța încrederii:** Turcii pun un accent deosebit pe încredere și loialitate în relațiile de afaceri. Dezvoltarea de încredere reciprocă este esențială pentru a avea succes pe termen lung în Turcia. Pentru a câștiga încrederea partenerilor de afaceri, este important să adoptarea unui comportament deschis, sincer și respectarea cuvântului dat.
- **Participarea la evenimente sociale:** Participarea la evenimente sociale reprezintă o modalitate eficientă de a dezvolta relații autentice cu partenerii de afaceri. Aceste evenimente pot include cene, petreceri, evenimente culturale sau chiar discuții personale în timpul întâlnirilor de afaceri. Împărtășirea unor experiențe personale poate contribui la crearea de conexiuni mai profunde și la dezvoltarea de relații de încredere.
- **Comunicarea deschisă:** Comunicarea deschisă și sinceră este apreciată în relațiile de afaceri turcești. Este important ca partenerii să se asculte și să-și împărtășească gândurile și ideile într-un mod sincer. Se va evita orice formă de înșelătorie sau disimulare, deoarece aceasta poate afecta negativ încrederea și relațiile.
- **Respectul față de cultura locală:** Respectul față de cultura turcă este esențial în construirea de relații personale în mediul de afaceri. Astfel, cunoașterea și respectarea acestora pot contribui la dezvoltarea unor relații mai profunde și la consolidarea încrederii reciproce.
- **Răbdarea în dezvoltarea relațiilor:** Construirea de relații personale solide necesită timp și răbdare. Este important să fie oferit timp pentru a cunoaște partenerii de afaceri și pentru a dezvolta încrederea treptat.

Respectul pentru timp: Respectul pentru timp poate varia în funcție de context în Turcia, dar este important să fie considerate anumite aspecte legate de punctualitate în mediul de afaceri. În general, punctualitatea este apreciată în mediul de afaceri din Turcia. Fiind la timp la întâlniri arată respect pentru programul celorlalți și demonstrează profesionalism. Cu toate acestea, programarea nu este întotdeauna atât de rigidă ca în alte culturi de afaceri. Poate exista o anumită flexibilitate în ceea ce privește orele de început sau de încheiere a întâlnirilor. În unele cazuri, este posibil ca întârzierea să fie mai puțin criticată decât în alte culturi. Chiar dacă programul poate fi mai flexibil, este important să se asigure pregătirea corespunzătoare pentru întâlniri. Astfel, se recomandă documentarea cu toate materialele și informațiile necesare pentru ca ședințele de afaceri să se desfășoare eficient. Totuși, procesul de luare a deciziilor poate să dureze mai mult decât este obișnuit în alte culturi de afaceri.

Negocierea: Negocierea în Turcia se bazează pe o abordare mai relaxată și mai centrată pe relații personale. Este importantă conștientizarea faptului că relațiile personale și încrederea joacă un rol fundamental în procesul de negociere, ceea ce face ca acest aspect să fie vital în mediul de afaceri turcesc.

- **Relații personale:** Construirea de relații personale solide este un element cheie în procesul de negociere din Turcia. Înainte de a începe negocierile, este obișnuit să se petreacă timp social împreună, cum ar fi cinele sau discuțiile informale. Aceste întâlniri ajută la dezvoltarea de relații autentice și la crearea încrederii reciproc.
- **Abordare indirectă:** Negocierea în Turcia poate implica deseori o abordare mai indirectă. În schimb, se pune un accent pe schimbul de oferte și contraoferte pentru a ajunge la un acord. De asemenea, pot exista momente de pauză și reflecție în timpul negocierilor, iar uneori se poate părea că procesul se desfășoară mai lent.
- **Respect reciproc:** Respectul pentru partenerii de afaceri, cât și pentru cultura și valorile lor este un principiu fundamental în negocierea turcescă.
- **Dezvoltarea încrederii:** Respectarea promisiunilor este un element cheie în construirea de încredere reciprocă.
- **Aprecierea flexibilității:** Negocierile pot fi mai flexibile și mai puțin rigide în comparație cu alte culturi de afaceri. Astfel, acestea se pot schimba sau adapta pe parcurs în funcție de evoluția relației personale și de schimburile de încredere.

Respect pentru proprietate: Respectul pentru proprietate și respectarea legilor reprezintă unul dintre pilonii fundamentali în mediul de afaceri din Turcia. Este esențial să se acorde atenție acestei aspecte pentru a menține relații profesionale sănătoase și pentru a evita probleme legale. Iată cum se reflectă acest principiu în mediul de afaceri din Turcia:

- **Respectarea drepturilor de proprietate, inclusiv drepturile de proprietate intelectuală și drepturile de autor,** este o normă strictă în afacerile turcești. Furtul de proprietate intelectuală, plagierea sau orice altă formă de încălcare a drepturilor de autor sunt tratate cu seriozitate. Aceste acțiuni pot avea consecințe legale grave și pot afecta în mod semnificativ reputația unei persoane sau a unei companii. Este important să fiți conștienți de drepturile de proprietate și să vă asigurați că respectați aceste drepturi în toate activitățile de afaceri.
- **Conformitatea cu legile locale** este esențială în mediul de afaceri din Turcia. Aceasta include legislația fiscală, regulamentele privind comerțul, legislația muncii și orice alte reglementări care vă afectează afacerea. Pentru a evita probleme legale și litigii, este crucial să fiți bine informați cu privire la toate legile și reglementările relevante și să le respectați în mod corespunzător.

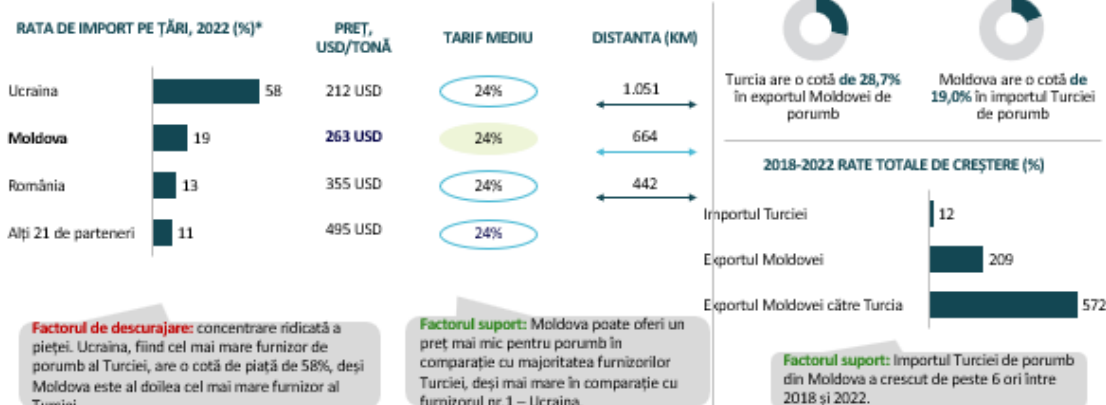
- Etica în afaceri reprezintă o altă componentă importantă a respectului pentru proprietate în Turcia. Comportamentul necorespunzător sau etică discutabilă poate afecta grav relațiile de afaceri și reputația unei persoane sau a unei companii. Ar trebui să evitați practicile afacerilor nepotrivite sau orice alt comportament care poate fi considerat imoral sau necorespunzător.
- Responsabilitatea socială corporativă (RSC) a devenit tot mai importantă în mediul de afaceri din Turcia. Companiile sunt așteptate să contribuie la binele societății și să respecte mediul înconjurător. Aceasta poate include acțiuni precum reducerea impactului asupra mediului, sprijinirea comunității locale sau angajamente în domeniul carității. Prin adoptarea unei abordări responsabile și etice în afaceri, puteți construi o reputație pozitivă și să consolidați relațiile cu partenerii de afaceri și comunitatea.
- Respectarea contractelor este, de asemenea, un aspect fundamental al etichetei în afaceri turce. Dacă ați semnat un acord sau un contract, este esențial să vă respectați cu strictețe obligațiile. Nerespectarea angajamentelor contractuale poate avea consecințe legale și poate afecta încrederea și relațiile de afaceri.

7. Anexa: Analiza factorilor de suport și de descurajare aferent exportului de produse în Turcia, per categorie de produs

✖ PORUMB



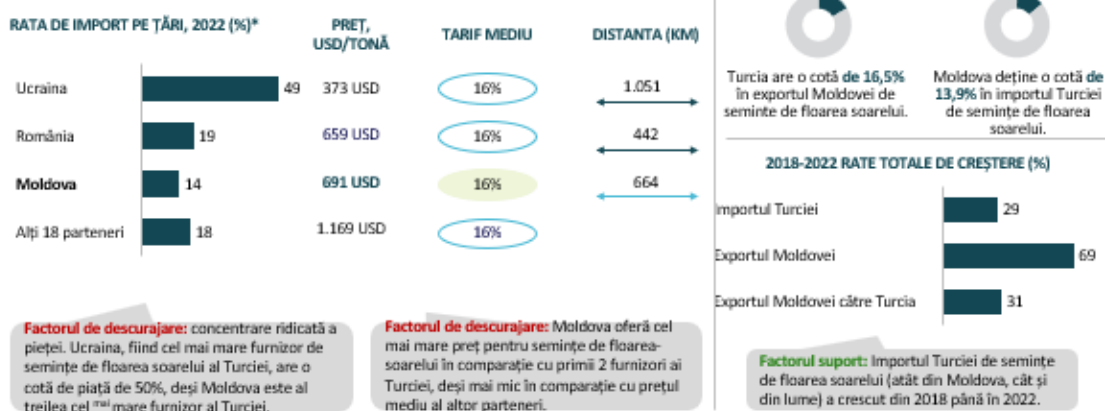
- Importurile Turciei reprezintă 1,7% (513 milioane USD) din importurile mondiale de porumb, devenind al 18-lea cel mai mare importator din lume.
- Exportul Moldovei de porumb către Turcia a crescut de peste 6 ori între 2018 și 2022.



✖ SEMINȚE DE FLOAREA SOARELUI, INCLUSIV DECOJITE



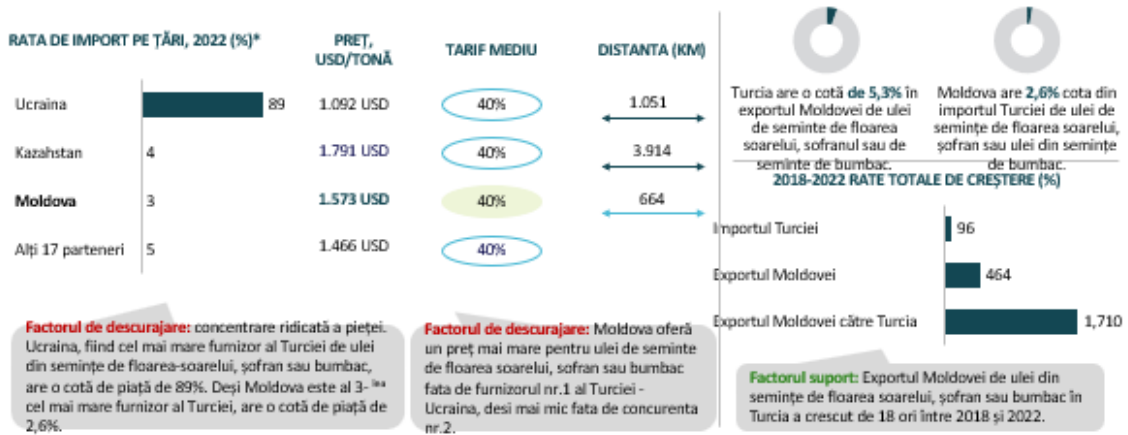
- Importurile Turciei reprezintă 8,6% (400 milioane USD) din importurile mondiale de semințe de floarea soarelui, devenind al doilea cel mai mare importator din lume.
- Exportul Moldovei de semințe de floarea soarelui în Turcia a crescut cu 31% din 2018 până în 2022.



ULEI DIN SEMINȚE DE FLOAREA SOARELUI, ȘOFRAN SAU BUMBAC



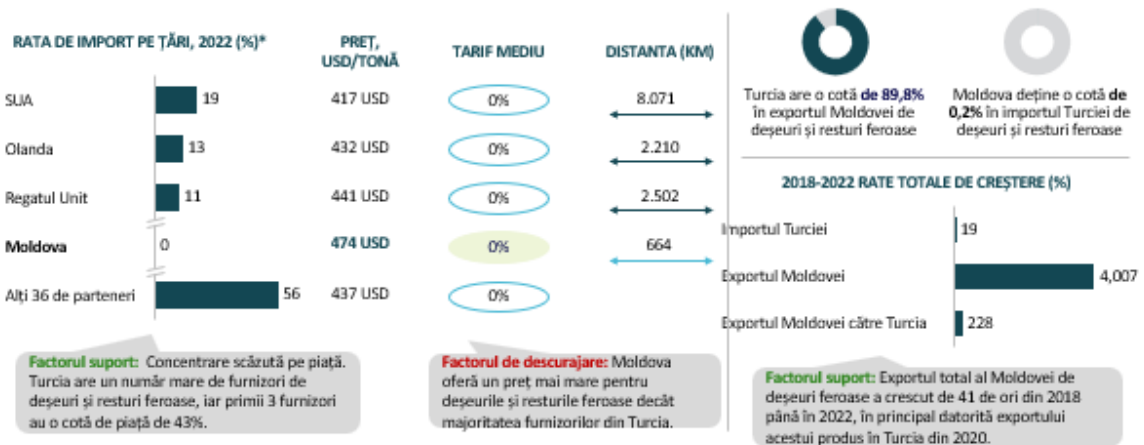
- Importurile Turciei reprezintă **10%** (746 milioane USD) din importurile mondiale de ulei din semințe de floarea soarelui, șofran sau bumbac, devenind al doilea cel mai mare importator din lume.
- Exportul Moldovei de ulei din semințe de floarea soarelui, șofran sau bumbac în Turcia a crescut de **18 ori** din 2018 până în 2022.



DEȘURI ȘI RESTURI FEROASE, RETOPIREA LINGOURILOR DE FIER SAU OȚEL VECHI



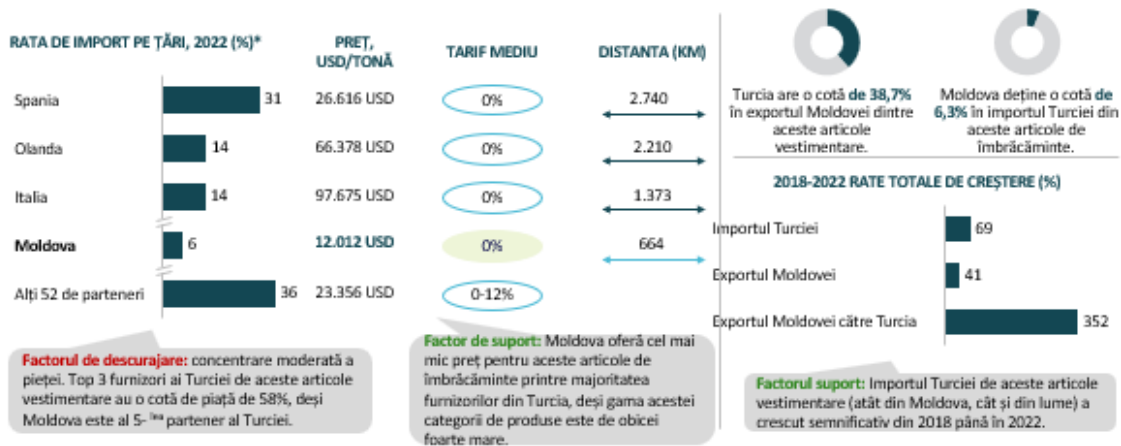
- Importurile Turciei reprezintă **18,5%** (7,3 miliarde USD) din importurile mondiale de deșuri și resturi feroase, devenind primul importator din lume.
- Exportul total al Republicii Moldova de deșuri și resturi feroase a crescut de **41 de ori** între 2018 și 2022.



TRICOURI, MAIOURI ȘI ALTE ARTICOLE SIMILARE, TRICOTATE SAU CROȘETATE



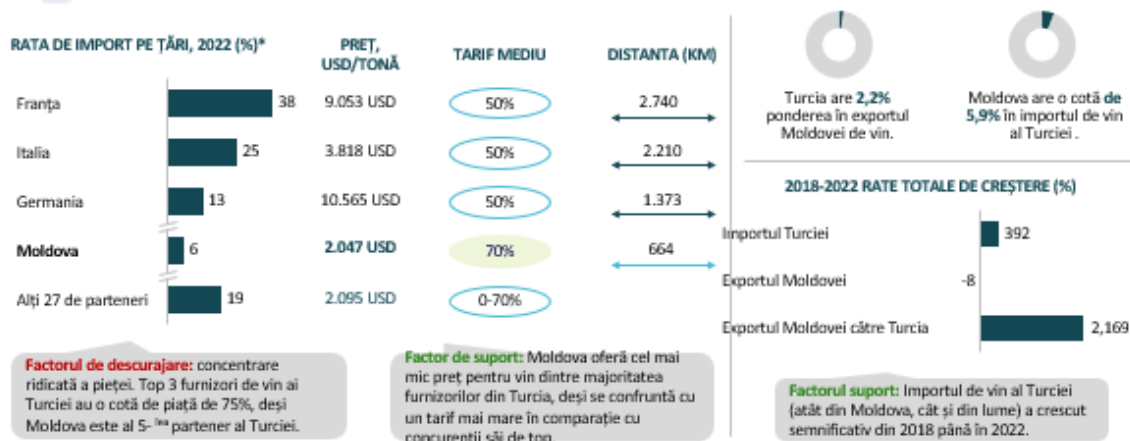
- Importurile Turciei reprezintă 0,4% (241 milioane USD) din importurile mondiale pentru aceste articole de îmbrăcăminte, devenind al 30-lea cel mai mare importator din lume.
- Moldova este al 5-lea cel mai mare furnizor al Turciei de aceste articole vestimentare.



VIN DIN SUGURI PROASPEȚI



- Importurile Turciei reprezintă 0,1% (47 milioane USD) din importurile mondiale de vin, devenind al 57-lea cel mai mare importator din lume.
- Exportul Moldovei de vin în Turcia a crescut de aproape 23 de ori din 2018 până în 2022.



DEȘURI ȘI RESTURI DE ALUMINIU



- Importurile Turciei reprezintă 2,4% (364 milioane USD) din importurile mondiale de deșuri și resturi de aluminiu, devenind al 10-lea cel mai mare importator din lume.
- Exportul Moldovei de deșuri și resturi de aluminiu către Turcia a crescut cu 428% din 2018 până în 2022.

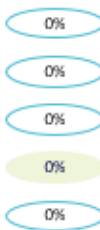
RATA DE IMPORT PE ȚĂRI, 2022 (%)*



PREȚ, USD/TONĂ



TARIF MEDIU



DISTANȚA (KM)



Turcia are o cotă de 93,8% în exportul Moldovei de deșuri și resturi de aluminiu.



Moldova deține o cotă de 3,5% în importul Turciei de deșuri și resturi de aluminiu.

2018-2022 RATE TOTALE DE CREȘTERE (%)



Factorul suport: Concentrare scăzută pe piață. Turcia are un număr mare de furnizori de deșuri și resturi de aluminiu, iar primii 3 furnizori au o cotă de piață de 30%.

Factor de suport: Moldova oferă cel mai mic preț pentru deșeurile și resturi de aluminiu printre primii 3 furnizori ai Turciei.

Factorul suport: Importul Turciei de deșuri și resturi de aluminiu (atât din Moldova, cât și din lume) a crescut semnificativ din 2018 până în 2022.

FIBRE DE STICLĂ, INCLUSIV VATĂ DE STICLĂ



- Importurile Turciei reprezintă 2,8% (384 milioane USD) din importurile mondiale de fibre de sticlă, devenind al 11-lea cel mai mare importator din lume.
- Exportul total al Republicii Moldova de fibre de sticlă a crescut cu 188% din 2018 până în 2022.

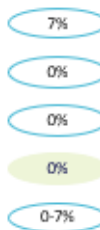
RATA DE IMPORT PE ȚĂRI, 2022 (%)*



PREȚ, USD/TONĂ



TARIF MEDIU



DISTANȚA (KM)



Turcia are o cotă de 0,1% în exportul Moldovei a fibrelor de sticlă.



Moldova are o cotă de <0,01% în importul Turciei de fibre de sticlă.

2018-2022 RATE TOTALE DE CREȘTERE (%)



Factorul de descurajare: concentrare ridicată a pieței. Top 3 furnizori de fibre de sticlă din Turcia au o cotă de piață de 64%.

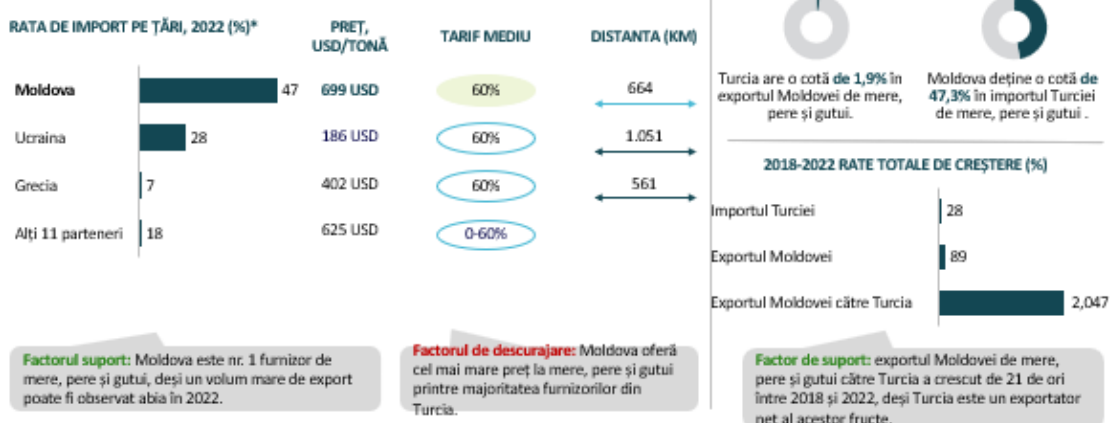
Factorul de descurajare: Moldova oferă cel mai mare preț pentru fibre de sticlă printre primii 3 furnizori ai Turciei.

Factorul de descurajare: Moldova a început să exporte fibre de sticlă în Turcia în 2021 și a înregistrat o scădere a anului trecut de 64% în 2022, deși importul total al Turciei a crescut.

\\ MERE, PERE ȘI GUTUI, PROASPETE



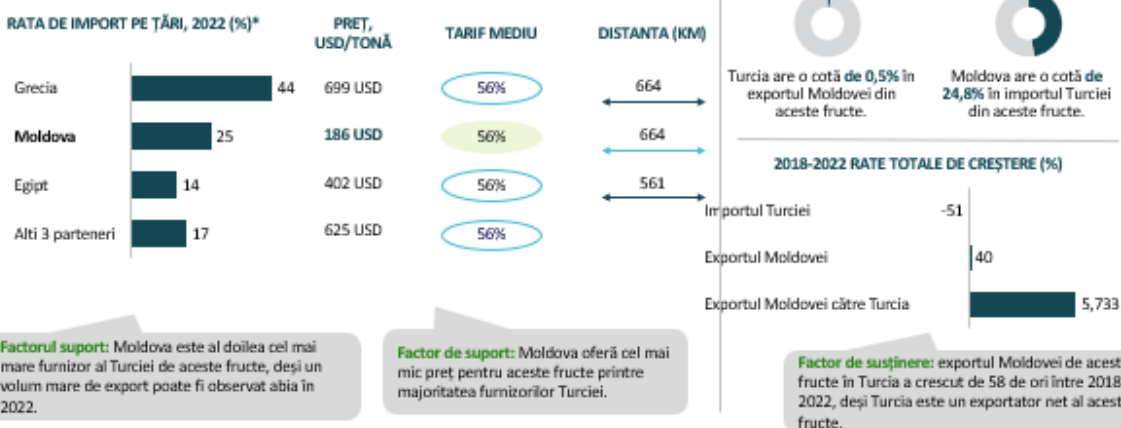
- Importurile Turciei reprezintă <0,1% (3,6 milioane USD) din importurile mondiale de mere, pere și gutui, devenind al 148-lea cel mai mare importator din lume.
- Moldova este nr. 1 furnizor de mere, pere și gutui.



\\ CAISE, CIRESE, PIERSICI INCL. NECTARINE ȘI PRUNE, PROASPETE



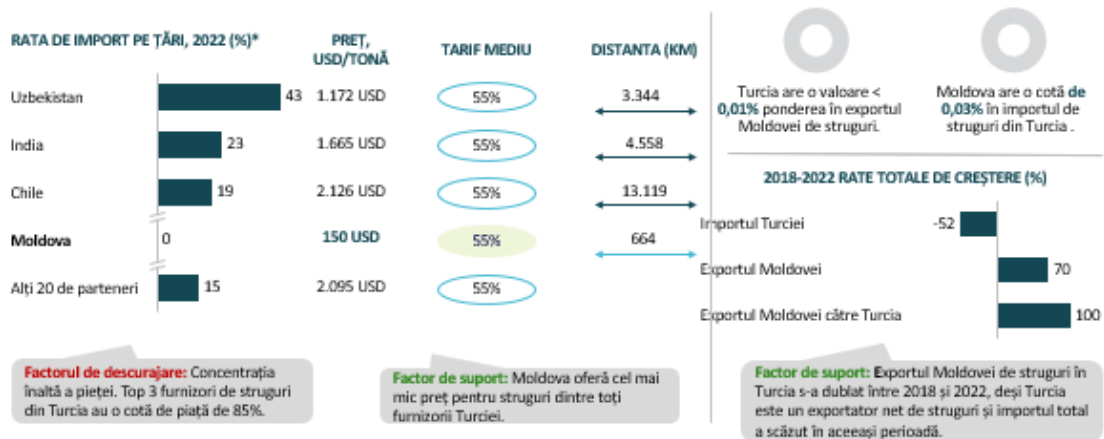
- Importurile Turciei reprezintă <0,1% (705 mii USD) din importurile mondiale de caise, cireșe, piersici incl. nectarine și prune, făcându-l pe locul 117 cel mai mare importator din lume.
- al doilea cel mai mare furnizor al Turciei de aceste fructe.



STRUGURI, PROASPETI SAU USCATI



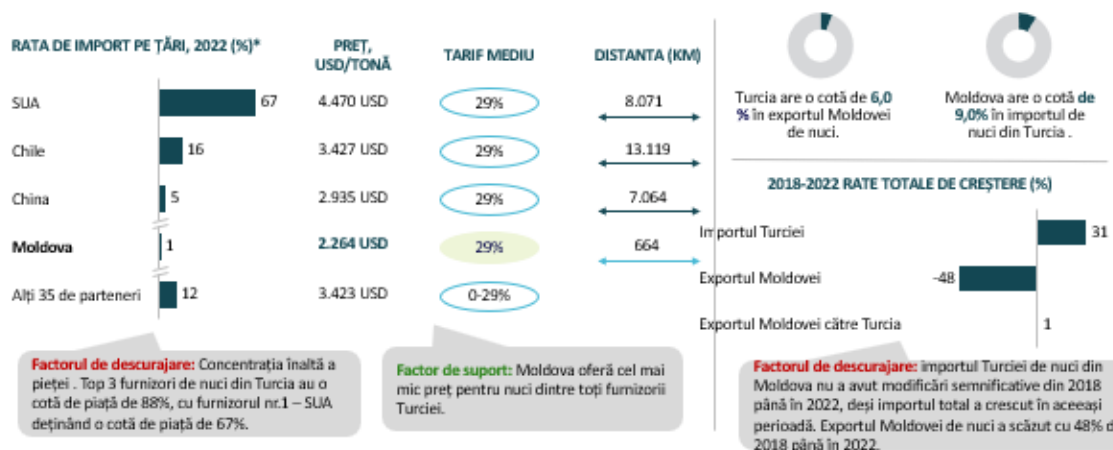
- Importurile Turciei reprezintă 0,4% (19 milioane USD) din importurile mondiale de struguri, devenind al 45-lea cel mai mare importator din lume.
- Exportul Moldovei de struguri în Turcia a crescut de la 3 la 6 mii USD în perioada 2018-2022.



NUCI, PROASPETE SAU USCATE (CU EXCEPȚIA NUCILOR DE COCOS, BRAZILIENE ȘI CAJU)



- Importurile Turciei reprezintă 3,8% (591 milioane USD) din importurile mondiale de nuci, devenind al 8-lea cel mai mare importator din lume.
- Exportul Moldovei de nuci a scăzut cu 48% din 2018 până în 2022.



\ METODOLOGIE DE IDENTIFICARE A PRODUSELOR POTENȚIALE PENTRU EXPORT

ABORDAREA 1: Produsele de top exportate de Moldova în Turcia

1. Extragere date din surse oficiale, cum ar fi Biroul Național de Statistică, UN Comtrade sau trademap.com
2. Clasificare produse moldovenești exportate în Turcia după valoarea exportului pentru ultimul an disponibil

ABORDAREA 2 : Produse de top exportate de Moldova (Turcia are o balanță comercială negativă pentru aceste produse)

1. Extragere date din surse oficiale, cum ar fi Biroul Național de Statistică, UN Comtrade sau trademap.com
2. Clasificarea produselor moldovenești exportate după valoarea exportului pentru ultimul an disponibil.
3. Extrageți produse pentru care Turcia are o balanță comercială negativă.

ABORDAREA 3: Identificarea produselor printr-un sistem de notare bazat pe 4 criterii distincte.

1. Identificare produse cu balanță comercială pozitivă pentru Moldova și balanță comercială negativă pentru Turcia
2. Pentru fiecare produs extragere creștere anuală a exporturilor totale ale Moldovei în ultimii 5 ani, volumul total de exporturi ale Moldovei în perioada 2018-2022, creșterea anuală a importului total al Turciei în ultimii 5 ani și volumul total al importurilor Turciei în 2022
3. Alocarea unui clasament numeric pentru lista de produse pentru fiecare indicator, cu valori mai mari indicând performanțele mai puternice.
4. Calcularea scorului pentru fiecare produs înmulțind fiecare valoare de rang cu ponderea atribuită și apoi însumarea acestor valori ponderate.
5. Produsul cu cel mai mare scor cea mai promițătoare perspectivă de export.

8. LISTA FIGURILOR ȘI TABELELOR

8.1. FIGURI

Figura 1. Ponderea sectoarelor economice în produsul intern brut ale Turciei (% , PIB).....	10
Figură 2. Contribuția sectorului turismului la formarea PIB-ului Turciei, 2019-2023, mlrd. TL.....	15
Figura 3. Ponderea resurselor de energie în generarea energiei electrice, %.....	16
Figură 4. Aspecte comparative Turcia-Republica Moldova: sistemul economic.....	18
Figura 5. Volum total comerț interanțional al Turciei, miliarde dolari SUA, 2013-2022	30
Figura 6. Structura exporturilor din Turcia pentru anul 2022, grupate pe principalele categorii de mărfuri	32
Figura 7. Volumul comerțului exterior al Republicii Moldova cu Turcia, mil. dolari SUA.....	36
Figură 8. Ponderea volumului comerțului exterior al Republicii Moldova cu Turcia în total comerț exterior al Republicii Moldova, %.....	36
Figura 9. Comerț exterior al Republicii Moldova cu Turcia, mil. dolari SUA.....	37
Figura 10. Evoluția exporturilor spre Turcia (mil. Dolari SUA), și ponderea în total exporturi (%), în anii 2018-2022	38
Figura 11. Principalele țări partenere în derularea exporturilor RM în anul 2022 (%).....	38
Figura 12. Top produse exportate de Republica Moldova spre Turcia, 2022, % total exporturi.....	39
Figura 13. Potențialul de export nevalorificat de producătorii autohtoni, mil dolari SUA.....	40
Figura 14. Evoluția importurilor din Turcia (mil. Dolari SUA) și ponderea în total importuri (%), 2018-2022	41
Figura 15. Structura importurilor din Turcia în anul 2022, %	43
Figura 16. Dependența Republicii Moldova de importurile din Turcia, %.....	43
Figura 17. Top 10 produse importate de Republica Moldova din Turcia, % total import Turcia, 2022	43
Figura 18. Balanța comercială cu Turcia pentru principalele categorii de produse, anul 2022, mii dolari SUA.....	44

8.2. TABELE

Tabel 1. Informații generale comparative: Turcia-Moldova	8
Tabel 2. Principalii indicatori macroeconomici ai Turciei, 2018-2022	10
Tabel 3. Investiții străine directe în Turcia, mil. dolari SUA, 2020-2022.....	20
Tabel 4. Puncte forte și puncte slabe ale climatului investițional/de afaceri al Turciei	21
Tabel 5. Autorități de reglementare și de supraveghere	23
Tabel 6. Autorități de supraveghere a pieței pe grupe de produse.....	24
tabel 7. Lista organizațiilor internaționale la care Turcia are calitatea de membru.....	25
Tabel 8. Unele categorii/subcategorii conform GII 2023 a Turciei	27

Tabel 9. Tabel comparativ Turcia – Republica Moldova în clasamentul GII general, pe categorii	27
Tabel 10. Poziția Turciei versus a Moldovei în clasamentele internaționale relevante domeniului economic	28
Tabel 11. Exporturile și importurile Turciei, 2018-2022	29
Tabel 12. Valori totale export/import, dolari SUA, % tendințe anuale, 2011 - 2022.....	29
Tabel 13. Top 10 țări partenere import ale Turciei, 2022, mlrd. dolari SUA, % total importuri.....	33
Tabel 14. Structura importurilor către turcia în 2022 pe grupe principale de mărfuri	34
Tabel 15. Târguri comerciale în Turcia pentru anul 2024	54

SURSE BIBLIOGRAFICE

1. www.statistica.md
2. <https://eap.tradehelpdesk.org/en/help-center/country-resources/moldova>
3. <https://trade.gov.md/en>
4. <https://www.trademap.org/index.aspx>
5. <https://www.globaldata.com/data-insights/macroeconomic/most-populated-countries-in-the-world/>
6. <http://www.transparency.org/research/cpi/overview>
7. <https://www.globalinnovationindex.org/analysis-indicator>
8. <https://oec.world/en>
9. <https://www.heritage.org/index/>
10. <https://tredefest.io/>
11. <https://worlddata.io/world-data-pro/>
12. <https://databank.worldbank.org/>
13. <https://datareportal.com/>
14. <https://www.reuters.com/markets/europe>
15. <https://www.invest.gov.tr/en/pages/home-page.aspx>
16. https://www.invest.gov.tr/en/InvestmentGuide/PublishingImages/Pages/incentives-guide/incentives_provided_by_the_ministry_of_industry_and_technology-2023-en.pngst
17. www.rekabet.gov.tr
18. www.csb.gov.tr
19. www.bddk.org.tr
20. www.spk.gov.tr
21. www.epdk.gov.tr
22. www.btk.gov.tr
23. www.gib.gov.tr
24. [kgk.gov.tr](http://www.kgk.gov.tr)
25. http://www.oib.gov.tr/index_eng.htm
26. Raportul GII 2023, <https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo-pub-2000-2023-section1-en-gii-2023-results-global-innovation-index-2023.pdf>
27. [HTTPS://TRENDECONOMY.COM/DATA/H2/TURKEY](https://TRENDECONOMY.COM/DATA/H2/TURKEY)

