



EXPORT MORNING SUEDIA

Acasă la Volvo, ABBA și IKEA

DE CE SUEDIA?

Suedia este

cea mai mare economie Scandinavă, cu un PIB de peste 537 mlrd USD și o populație de peste 10 mln locuitori

În perioada 2016 - 2020 în Suedia crește importul de:

- Paltoane pentru femei sau fete - 6%;
- Încălțăminte cu tălpi exterioare și fețe din cauciuc sau materiale plastice - 6%
- Paltoane pentru bărbați sau băieți - 5%
- Ciocolată și alte preparate alimentare care conțin cacao - 5%
- Cabluri și alte conductoare electrice - 4%
- Vin de struguri proaspeți - 4%
- Scaune, chiar convertibile în paturi și părți ale acestora - 4%
- Pâine, produse de patiserie, prăjituri, biscuiți - 4%
- Costume pentru femei sau fete, ansambluri, jachete, sacouri, rochii, fuste - 4%
- Mobilier și părți ale acestora - 2%

Importurile Suediei

au depășit în 2020 valoarea de 149.7 mlrd USD, devansând importurile Norvegiei și Finlandei luate împreună, având o creștere constantă a importurilor (2%) în ultimii 5 ani

Suedia are acces nu numai la piețele scandinave,

foarte prospere, dar și la cea mai mare piață de liber-schimb din lume - Uniunea Europeană - cu 27 de țări și peste 445 de milioane de consumatori.

Suedia este în prezent una dintre cele mai bogate 20 de țări

din lume raportat la PIB per capita, ocupând în mod constant locurile de vârf în clasamentele internaționale de competitivitate, inovare și nivel de trai.

SUEDIA - PROFIL DE ȚARĂ

POPULAȚIA - 2020



10.3
mln. loc

SUEDIA



PIB/Capita - 2020



51.925
USD

SUEDIA



PIB - 2020



537.6
mlrd USD

SUEDIA



2.6 mil. loc

Republica Moldova



4,551
USD

Republica Moldova



11.96
mlrd USD

Republica Moldova



Doing Business

**DOING
BUSINESS 2019**

12 (47)

Competitiv Index

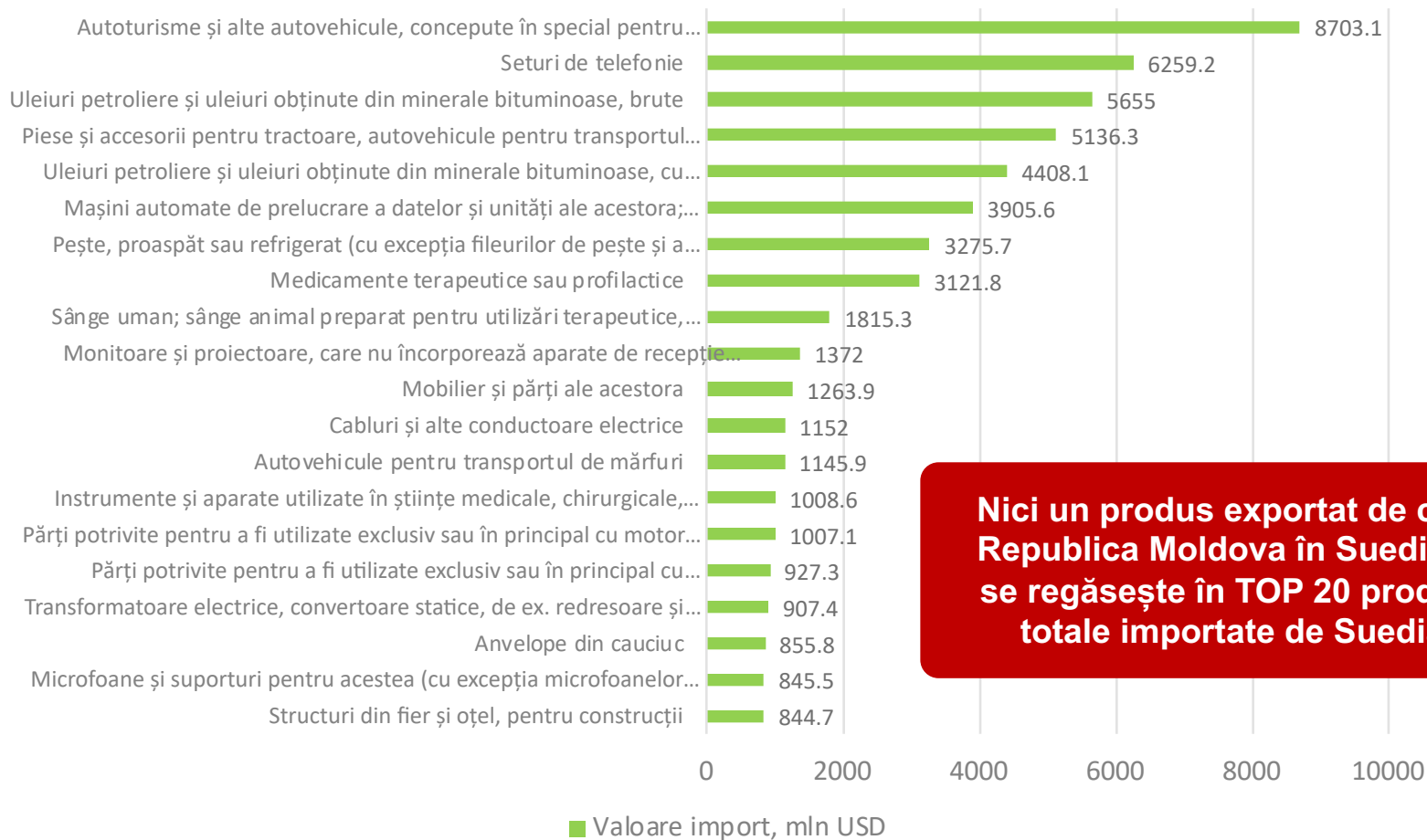
**WORLD
ECONOMIC
FORUM**

8 (86)



IMPORTURILE SUEDEI

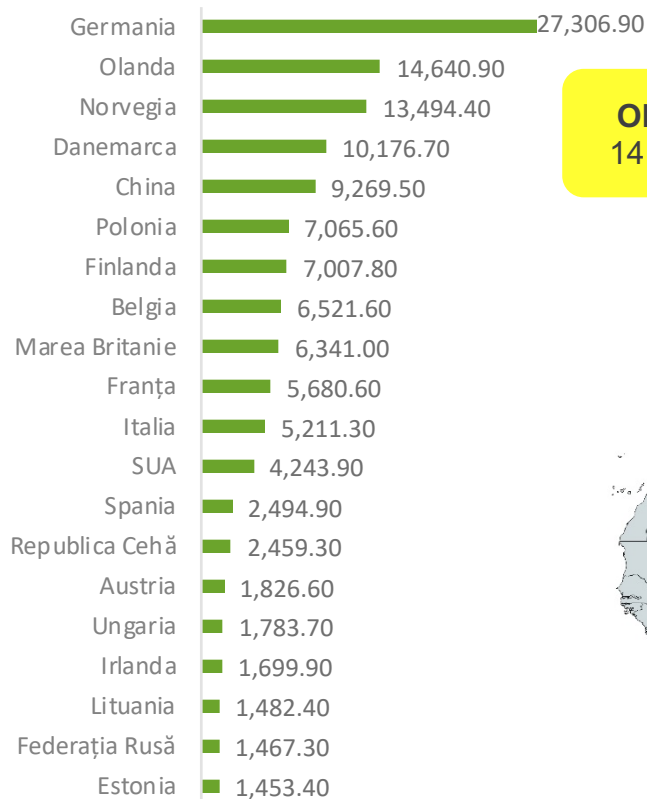
TOP 20 PRODUSE IMPORTATE DE SUEZIA, 2020



Nici un produs exportat de către Republica Moldova în Suedia nu se regăsește în TOP 20 produse totale importate de Suedia.

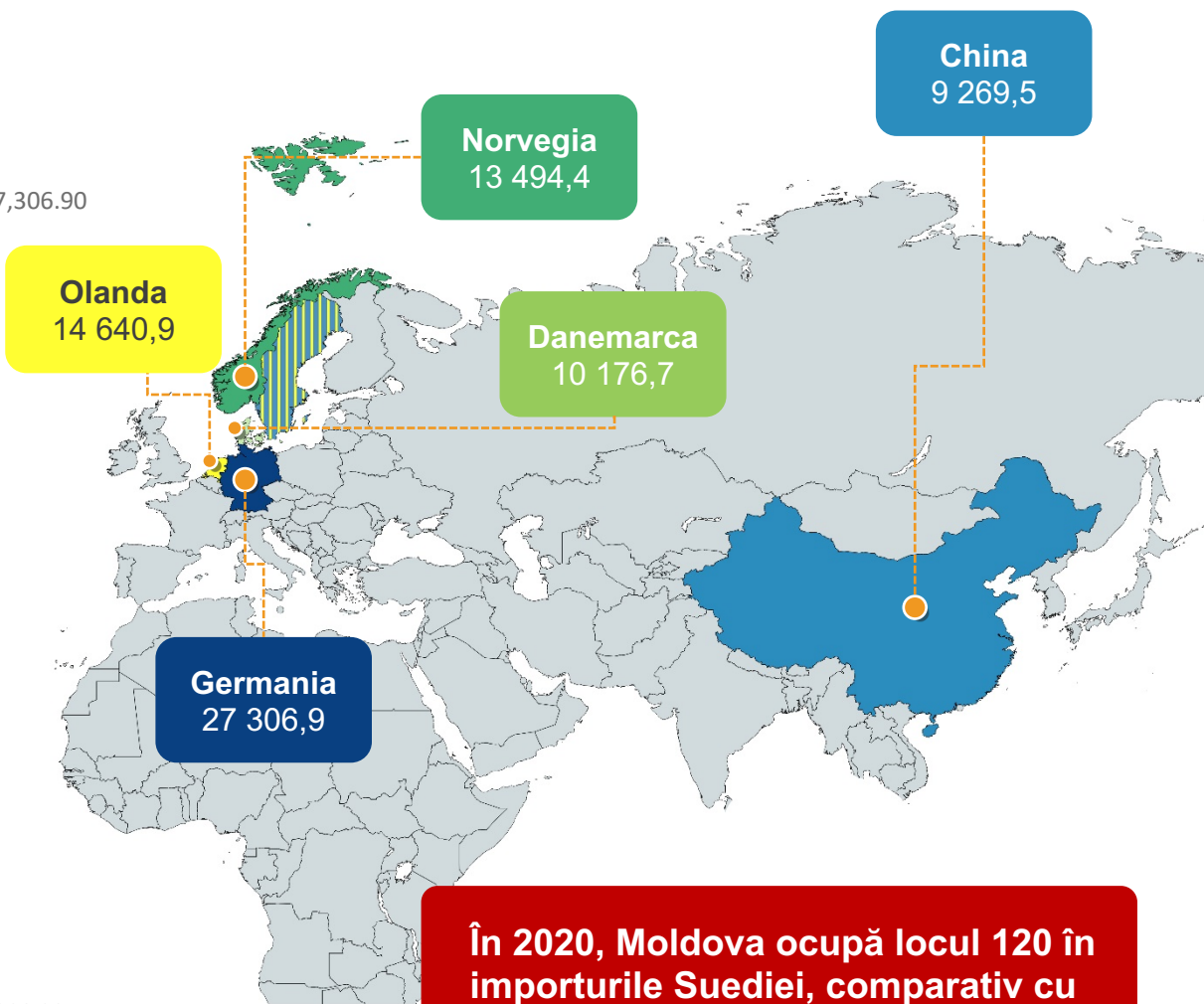
IMPORTURILE SUEDEI

TOP 20 ȚĂRI DE IMPORT ALE SUEDEI, 2020



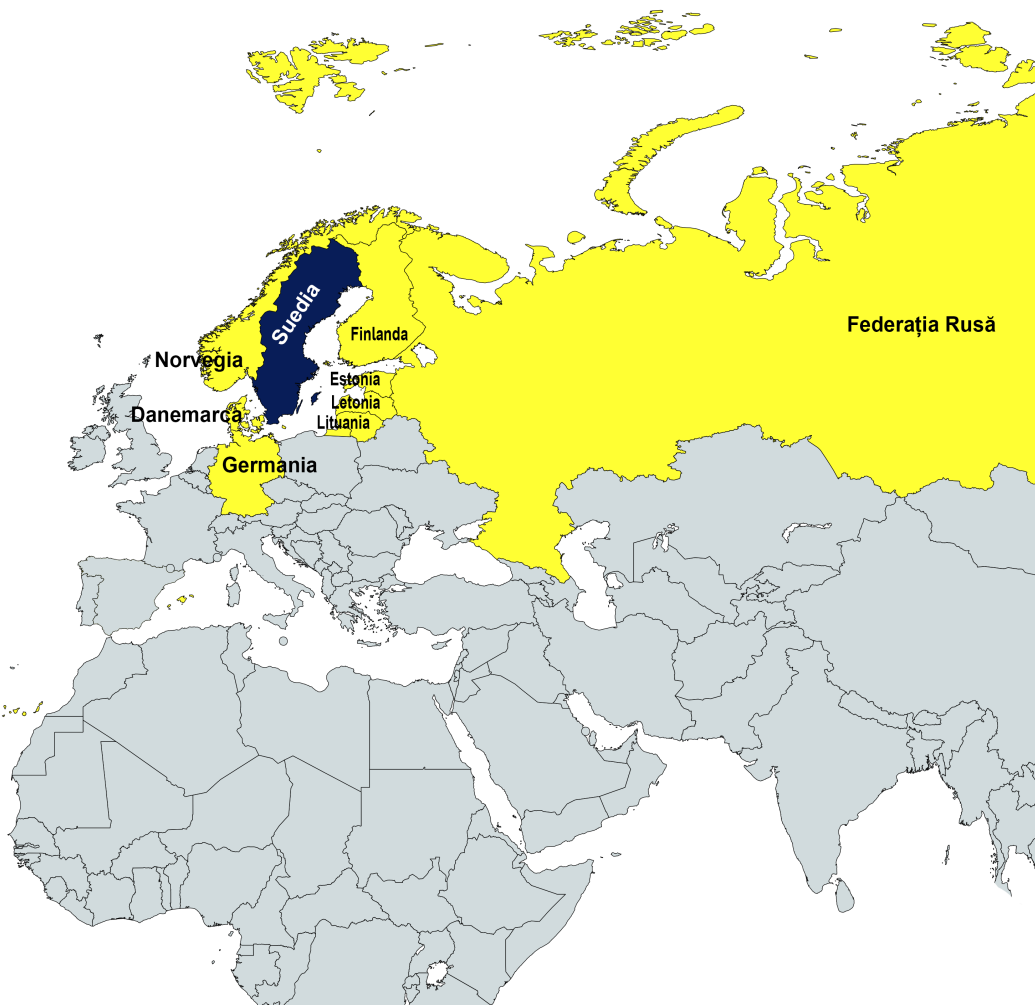
0.00 10,000.00 20,000.00 30,000.00

■ Valoare import, mln USD



În 2020, Moldova ocupă locul 120 în importurile Suediei, comparativ cu anul 2016 când ocupa poziția 116

IMPORTURILE SUEDEI, 2020



Partenerii din regiune în importurile Suediei, mln USD

Locul 1	Germania 27 306.9
Locul 3	Norvegia 13 494.4
Locul 4	Danemarca 10 176.7
Locul 7	Finlanda 7 007.8
Locul 18	Lituania 1 482.4
Locul 19	Federația Rusă 1467.3
Locul 20	Estonia 1 453.4
Locul 28	Letonia 934.8

PRODUSELE MOLDOVENEȘTI ÎN SUECIA

PRODUSELE MOLDOVENEȘTI ÎN SUECIA, 2020

TOP 10
produse exportate
însumează

435
mii USD

97,5%

289 mii USD, 66.5%

6 poziții de produse agricole:

- ✓ 3 poziții de produse agricole neprocesate (Alte nuci, proaspete sau uscate, chiar decojite sau decojite; Caise, cireșe, piersici, nectarine, prune, proaspete; Struguri, proaspeți și uscați) – **207 mii USD, 47.6%**
- ✓ 2 poziții de produse agricole procesate (Pâine, produse de patiserie; Miere naturală) – **45 mii USD, 10.4%**
- ✓ 1 poziție de Vin din struguri – **37 mii USD, 8.5%**

143 mii USD, 32.8%

3 poziții de textile:

- ✓ Seturi compuse din țesături și din fire, cu sau fără accesorii;
- ✓ Treninguri, costume de schi, costume de baie, tricotate sau croșetate;
- ✓ Articole confecționate din materiale textile

3 mii USD, 0.7%

1 poziție diverse :

- ✓ Articole și echipamente pentru exerciții fizice generale, gimnastică, atletism, alte sporturi

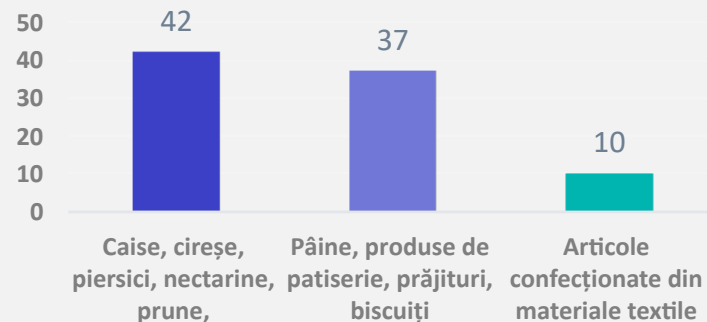
PRODUSELE MOLDOVENEȘTI ÎN SUECIA

34%

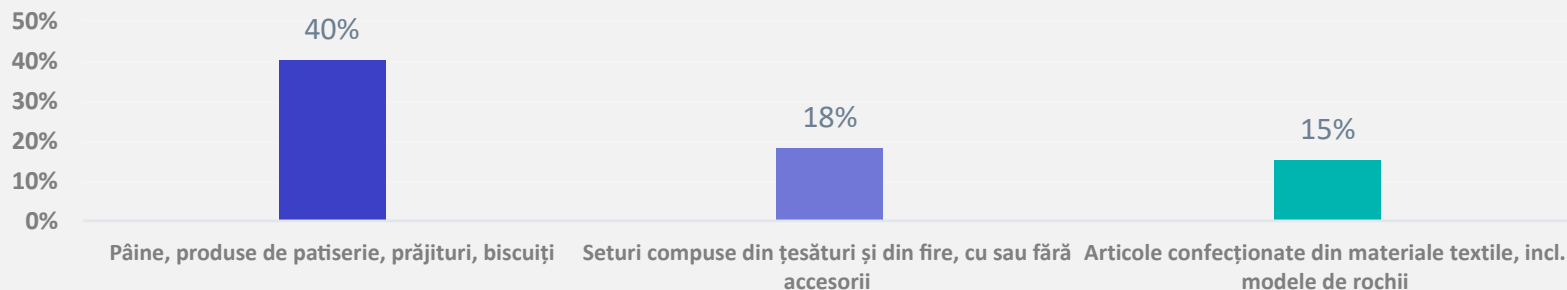
Nucile (proaspete sau uscate)

au cea mai mare cotă în exportul Republicii Moldova în Suedia (34%) în anul 2020



În 2020, pentru prima dată Moldova exportă în Suedia (mii USD)



Cea mai mare creștere la export au demonstrat următoarele produse moldovenești în perioada 2016-2020



PRODUSELE MOLDOVENEȘTI ÎN SUECIA

				
Valoarea exportată în 2020 (mii USD)	Creșterea anuală, a exportului RM 2016/2020, % p.a.)	Produse	Valoarea importată în 2020 (mii USD)	Creșterea anuală, a importului Suediei 2016/2020, % p.a.)
419,711	20	Cabluri și alte conductoare electrice	1152,016	4
134,376	5	Vin de struguri proaspeți	836,483	4
110,311	3	Scaune, chiar convertibile în paturi și părți ale acestora	835,881	4
44,317	21	Alcool etilic nedenaturat cu o tărie alcoolică >> 80%; alcool etilic și alte băuturi spirtoase	276,957	11
26,911	3	Struguri, proaspeți sau uscați	90,064	1
25,421	6	Tricouri, pulovere, cardigane, veste și articole similare, tricotate sau croșetate	530,061	2
24,916	23	Îmbrăcăminte din pâslă sau țesături	195,176	2
24,343	33	Transformatoare electrice și convertoare statice	907,447	6
23,278	2	Tricouri, cămăși și alte veste, tricotate sau croșetate	373,534	1
18,112	21	Articole confecționate din materiale textile...	290,776	21
12,708	55	Fructe și nuci	175,756	0
8,345	3	Boabe de soia	20,846	1
7,649	19	Costume pentru bărbați sau băieți, ansambluri, jachete, sacouri, pantaloni, salopete cu salopetă, pantaloni scurți	64,978	2

PRODUSELE MOLDOVENEȘTI ÎN SUECIA

Produsele
ALIMENTARE ocupă

65,7%

din exportul total
moldovenesc pe
piața Suediei

Produsele moldovenești **ALIMENTARE** exportate în Suedia



Nucile, proaspete sau uscate, decojite (cu excepția nucilor de cocos și a nucilor de Brazilia)
(156 mii USD) – 53.3%



Caise, cireșe, piersici, nectarine, prune, proaspete
(42 mii USD) – 14.4%



Vin de struguri proaspeți
(37 mii USD) – 12.7%



Pâine, produse de patiserie, prăjituri, biscuiți și alte produse de panificație
(37 mii USD) – 12.7%

PRODUSELE MOLDOVENEȘTI ÎN SUECIA

Produsele
ALIMENTARE ocupă

65,7%

din exportul total
moldovenesc pe
piața Suediei

Produsele moldovenești **ALIMENTARE** exportate în Suedia



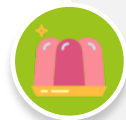
Struguri, proaspeți sau uscați
(9 mii USD) – 3.1%



Miere naturală
(8 mii USD) – 2.8%



**Ape, incl. ape minerale și ape
gazoase** (2 mii USD) – 0.7%



**Dulciuri, jeleuri de fructe,
marmelade, piure de fructe
sau nuci** (1 mii USD) – 0.4%



**Sucuri de fructe, incl. must de
struguri și sucuri de legume,
nefermentate, fără adaos de alcool**
(1 mii USD) – 0.4%

PRODUSELE MOLDOVENEȘTI ÎN SUECIA

**Produsele
NEALIMENTARE
ocupă**

34,2 %

din exportul total
moldovenesc pe
piața Suediei

Produsele moldovenești NEALIMENTARE exportate în Suedia



**Seturi compuse din țesături și
din fire, cu sau fără accesorii**
(70 mii USD) – 46.1%



**Treninguri, costume de schi,
costume de baie, tricotate sau
croșetate** (63 mii USD) – 41.5%



**Articole confecționate din
materiale textile, incl. Rochii**
(10 mii USD) – 6.6%



**Articole și echipamente pentru
exerciții fizice generale,
gimnastică, atletism, alte
sporturi** (3 mii USD) – 2%

PRODUSELE MOLDOVENEȘTI ÎN SUECIA

**Produsele
NEALIMENTARE
ocupă**

34,2 %

din exportul total
moldovenesc pe
piața Suediei

Produsele moldovenești NEALIMENTARE exportate în Suedia



**Încălțăminte cu tălpi exterioare
din cauciuc, materiale plastice,
piele sau piele natural**
(2 mii USD) – 1.4%



**Costume pentru femei sau fete,
ansambluri, jachete, sacouri,
rochii, fuste, croșetate**
(2 mii USD) – 1.4%



Uleiuri esențiale
(1 mii USD) – 0.7%



**Costume pentru femei sau fete,
ansambluri, jachete, sacouri,
rochii, fuste necroșetate**
(1 mii USD) – 0.7%

PROFILUL CONSUMATORULUI DIN SUEEDIA

PROFILUL CONSUMATORULUI DIN SUEDIA, 2020



10.3 mln. loc.



9.1 mln
loc. Urban



1.2 mln
loc. Rural



0-14 ani / 17.62%



15-64 ani / 62.05%



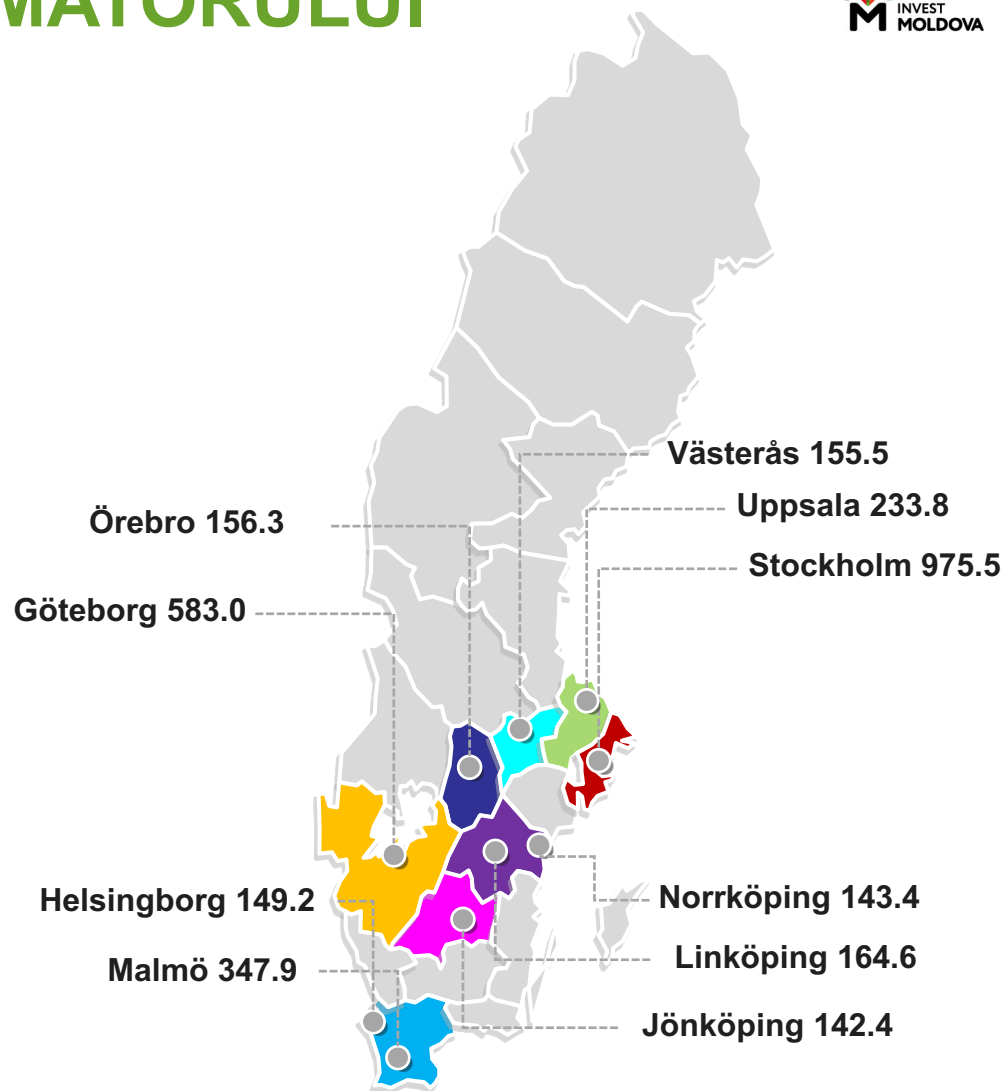
>65 ani / 20.33%



2 840 EURO (2020)
Salariu mediu
Lunar



1 550 EURO (2020)
Salariu minim garantat



Remitențe remise de emigranți (mln USD) - 3091 (2020)

PROFILUL CONSUMATORULUI DIN SUEEDIA



- **Suedia este o țară progresivă** și orientată spre viitor, iar modelele de consum reflectă atât individualitatea, cât și egalitatea. Suedezii discern cu privire la modul în care consumă, evaluând funcția și calitatea la fel de mult ca designul și branding-ul în deciziile lor de cumpărare. Cu toate acestea, prețul este unul dintre factorii principali în cumpărare.
- **Suedia se numără printre țările lider în care sănătatea** este importantă atunci când vine vorba de consum. Cererea de produse proaspete, ecologice și sănătoase, care sunt transparente pe ingrediente, este în creștere. Consumatorii suedezi sunt din ce în ce mai puțin loiali față de mărci.
- **Retail-ul online a crescut cu 13% și valoarea 8.2 miliarde de euro** la sfârșitul anului 2019. Principalele produse achiziționate sunt electronicele, îmbrăcăminte și încălțăminte, cărți, mobilier, produse de bricolaj, sport și jocuri. Deși consumatorii sunt relativ deschiși mărcilor internaționale, mărcile preferate ale Suediei sunt naționale.
- **Utilizarea rețelelor sociale și a comunicațiilor mobile este ridicată.** Penetrarea internetului în Suedia este de 96% în 2020 (9,6 milioane de utilizatori de internet). Facebook este de departe cea mai utilizată rețea socială. Printre modalitățile de a lua decizii de cumpărare, urmărirea influencerilor este cea mai importantă.

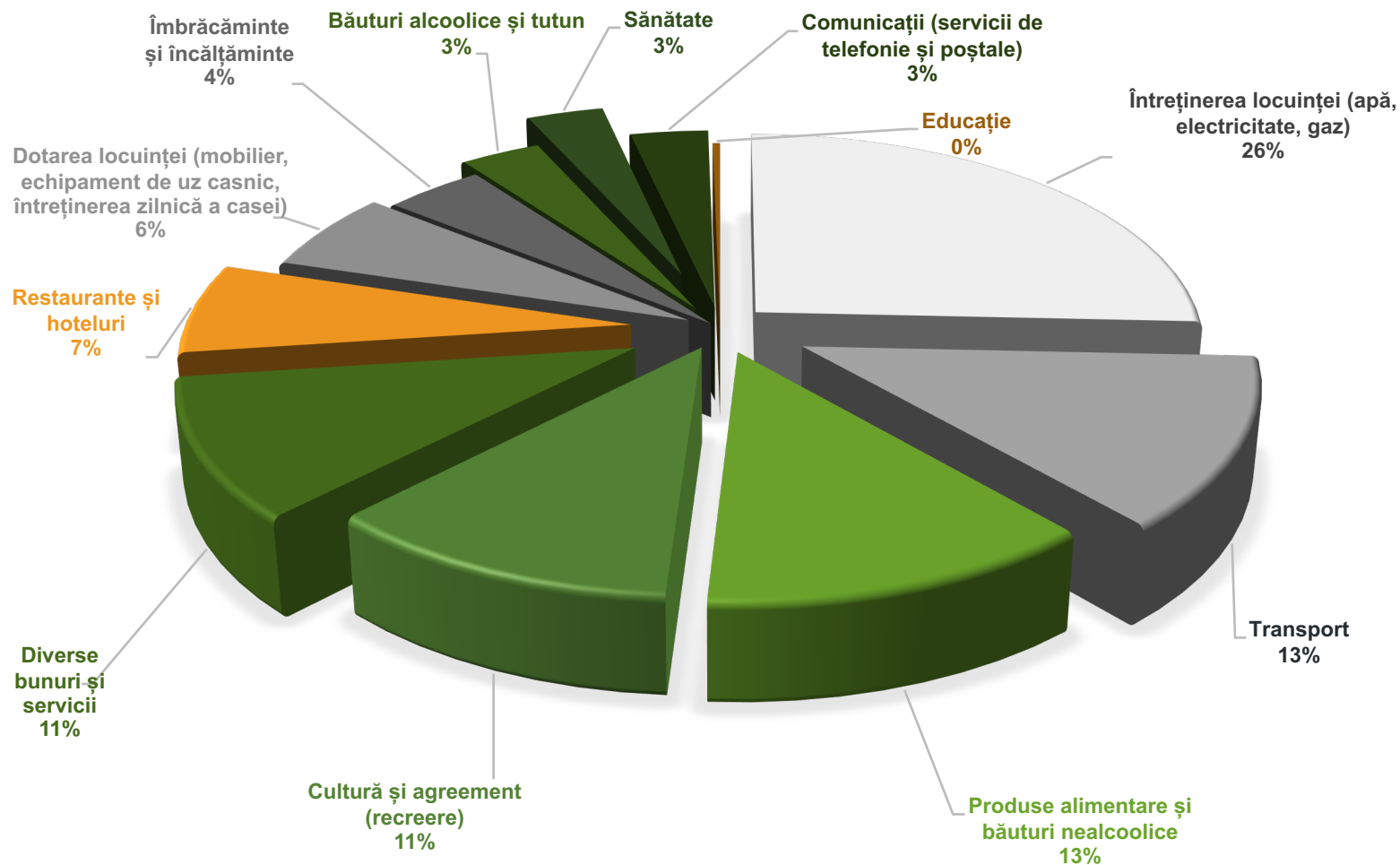
PROFILUL CONSUMATORULUI DIN SUEEDIA



- **Mai mult de 70% din consumatorii suedezi cumpără online** cel puțin o dată pe lună. E-cumpărătorii suedezi au avut preferințe sporite pentru produsele de frumusețe și de îngrijire a sănătății în primele trimestre ale anului 2020, după izbucnirea coronavirusului (COVID-19). APOTECA a fost cel mai frecvent utilizat magazin web pentru bunuri fizice din Suedia în 2019.
- Pe parcursul acestui deceniu, **numărul utilizatorilor de carduri de debit** a fluctuat între 90 și 95%. În schimb, ponderea suedezilor care foloseau carduri de credit a crescut de la aproximativ 30% în 2018 la aproximativ 50% în 2020.
- **Vânzările au crescut** în toate grupurile din alimente și băuturi în 2019, cu excepția produselor de lapte, brânză, ouă și fructe. Cea mai mare creștere a fost înregistrată la grupul de cafea, ceai și cacao.
- **Vânzările de dulciuri pe cap de locuitor s-au ridicat la peste 227 EUR anual în 2019.** Vânzările de dulciuri au fost considerabil mai mari decât vânzările de fructe pe cap de locuitor.











PROFILUL CONSUMATORULUI DIN SUEDIA

Structura cheltuielilor de consum ale unei familii de suedezi, 2020



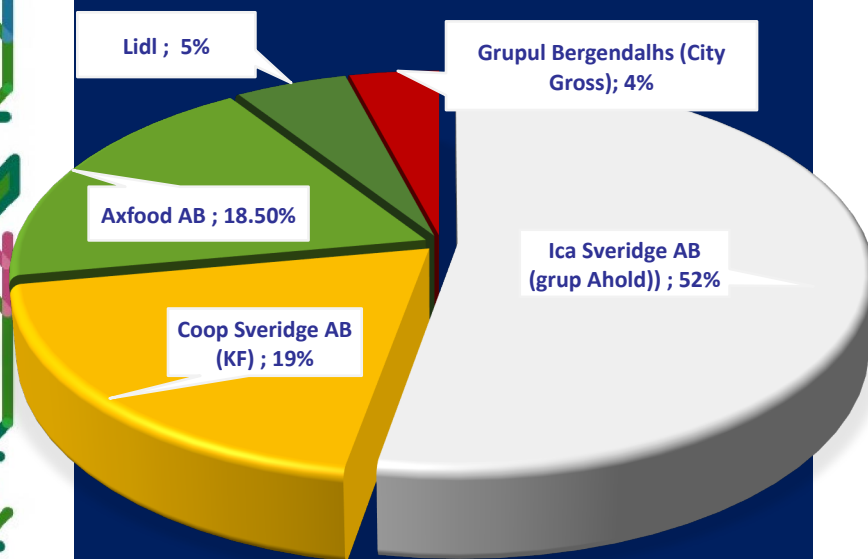
Canalele de vânzare în SUECIA

TOP 10 RETAILERI ÎN SUEEDIA, 2020

Brand	Cifra de afaceri, mlrd		Nr magazine
	USD		
 Maxi ICA Stormarknad	4,18	88	
 ICA Supermarket	3,72	422	
 Willys and Willys Hemma	3,16	212	
 ICA Kvantum	3,15	129	
 COOP	2,48	659	
 Circle K	2,1	300	
 ICA Nära	1,93	627	
 City Gross <i>Där maten gör skillnad</i>	0,89	42	
 Hemköp	0,63	198	
 Lidl	0,56	200	
TOTAL Top 10 retaileri	22,8	2 877	
TOTAL piața de retail din SUEEDIA (mln EUR)	92 (2019)	27 500	

Piața de **RETAIL** din Suedia (modern buyer)

Structura pieței de retail



Supermarketurile au rămas **cel mai important canal modern de vânzare cu amănuntul din Suedia în 2020**, reprezentând peste jumătate din vânzările de valoare. Deși supermarketurile și-au pierdut ponderea față de hipermarketuri și discounturi, ele au înregistrat o reparație a creșterii în 2019 și 2020.

În ultimii ani, creșterea în industria alimentară cu amănuntul a fost cea mai puternică pe segmentul reducerilor, unde **Willlys** este actorul principal. **Segmentul de reduceri reprezintă 15% din piață** și poate fi împărțit în două sub-segmente, hard discount și soft discount. Între 2015 și 2019, creșterea medie anuală pentru segmentul de reduceri a fost de **peste 5%**, comparativ cu aproape 3% pentru piață în ansamblu.

Vânzările de produse alimentare online au crescut rapid. Cu toate acestea, comerțul electronic reprezintă doar o mică parte din piața alimentară cu amănuntul – cca. 5% în 2020.

Supermarketurile sunt de departe **cel mai mare canal alimentar din punct de vedere valoric**. Supermarketurile sunt situate în mod obișnuit în centrele orașelor sau suburbii, în timp ce hipermarketurile și discounturile se găsesc de obicei în afara centrelor orașului. Hipermarketurile au o performanță mai lentă decât supermarketurile și sunt mai dedicate familiilor. Acestea sunt situate în afara orașelor, uneori într-un centru comercial în care consumatorii pot face și cumpărături care nu sunt produse alimentare.

Cele mai mici formate de vânzare cu amănuntul, cum ar fi magazinele de proximitate (mini-market) și discounterii, au afișat performanțe variate. **Mini marketurile s-au descurcat mai bine** datorită stilului de viață din ce în ce mai agitat al consumatorilor suedezi. În plus, magazinele de proximitate sunt adesea situate în centrul orașelor și satelor, ceea ce le face o opțiune bună pentru cei care cumpără zilnic produse alimentare

TOP 10 companii de distribuție PRODUSE DE LARG CONSUM în **SUEDIA**

	Compania	Domeniu de distribuție	Cifra de afaceri, mln USD (2020)
1	DAGAB INKÖP & LOGISTIK AB	FMCG	5 510
2	Martin & Servera Restauranghandel AB	Food	1 090
3	TAMRO AB	Farmaceutica	955,7
4	ORIOLA SWEDEN AB	Farmaceutica	919,5
5	INDICRAFT AB	FMCG	597
6	SVENSK CATER AB	FMCG	450,5
7	Unilever Sverige AB	Produse Cosmetice	376,7
8	Arvid Nordquist Handels AB	FMCG	335
9	Ewerman AB	Fructe și Legume	183
10	CONAXESS TRADE SWEDEN AB	FMCG	39,9
TOTAL Top 10, mln EUR			10 457,30

SUEDEZII ca parteneri de afaceri



SUEDEZII CA PARTENERI DE AFACERI

Pentru a intra cu succes și pe termen lung pe piața Suediei, un exportator trebuie să cunoască o serie de elemente; dintre acestea amintim filozofia de afaceri a firmelor suedeze și practicile comerciale, **cunoașterea limbii suedeze fiind un avantaj**. Utilizarea limbii engleze este practic generalizată.

Majoritatea companiilor suedeze **preferă să intre în afaceri cu firme străine ce dispun de personal calificat**. Specialiștii din firmele suedeze implicați în operațiuni de import au putere directă și rapidă de decizie, fără a mai fi necesară consultarea superiorilor.

De regulă, importatorii suedezi **solicită informații sau fac investigații privind potențialul și capacitatea exportatorului**, sistemele sale de control al calității, aspecte ecologice, capacitatea de dezvoltare a producției, dar și situația sa financiară.

Principalii factori determinanți de competiție sunt **prețul, calitatea, termenele de livrare prompte și asigurarea service-ului**. Managementul lanțurilor de distribuție impune adesea furnizorilor externi participarea la rezolvarea tuturor aspectelor legate de procesul de distribuție

În general, suedezii ce activează în zona afacerilor **nu sunt dispuși să abordeze discuții despre viața lor particulară sau pe alte teme în afara subiectului de afaceri**, ceea ce nu înseamnă că sunt ignoranți; de regulă ei sunt extrem de ocupați și de aceea evită risipirea timpului.

Companiile suedeze sunt **mai puțin rigide decât companiile din alte țări**. Suedezii încearcă adesea să rezolve problemele apărute, în mod informal și pragmatic, trecând peste părerile avocaților sau altor autorități. Dacă se cunoaște situația reală, negocierile progresează rapid, creându-se relații de încredere.

Dezbaterile aprinse în întâlnirile de afaceri nu sunt obișnuite, iar datorită educației, **oamenii de afaceri suedezi acceptă soluțiile de compromis**.

Punctualitatea nu este numai un semn de respect ci și un semn al eficienței activității. Punctualitatea în sosirea la întâlniri de afaceri poate fi apreciată și ca standard privind punctualitatea în livrarea mărfurilor.



SUEDEZII CA PARTENERI DE AFACERI

La nivel național, beneficiile (cadourile) **ce depășesc 35-60 euro sunt considerate ca fiind improprii**. Aceasta valoare se referă și la cadourile oferite cu ocazia unor sărbători (Crăciun, Paște, zi onomastică etc).

Partenerii de afaceri străini care doresc să pătrundă sau să se mențină pe piața Suediei **trebuie să respecte cu strictețe normele internaționale de protecție a mediului**, altfel riscând pierderea afacerilor în Suedia.

Suedia este cunoscută ca fiind o „piață a cumpărătorului”. **Firmele suedeze nu schimbă cu ușurință furnizorii cu care au deja stabilite relații tradiționale**. Cumpărătorii suedezi apreciază sinceritatea, mai ales în relațiile de afaceri. Dacă vânzătorul nu este capabil să-și îndeplinească obligațiile asumate încă de la prima comandă, atunci este mai mult ca sigur că nu va mai primi alta.

Publicitatea joacă un rol foarte important în viața comercială suedeză. În acest scop sunt disponibile toate tipurile de media. Exportatorii își pot face reclamă pentru produsele lor pe web-site-ul Camerei de Comerț Suedeze: www.cci.se

Vă mulțumim pentru timpul acordat!



**Mulțumim
Agenției de Investiții
pentru susținere și parteneriat !**

Partener: **GATEWAY**
& PARTNERS

