

RAPORT EXPORT MORNING ROMÂNIA



Chișinău, februarie 2024



EXPORT MORNING

ROMÂNIA

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

ABREVIERE	DENUMIRE
UE	Uniunea Europeană
ADB	Grupul Australia
BIS	Banca Reglementărilor Internaționale
Blackseafort	Forța Navală a Mării Negre
BSEC (OCEMN)	Organizația de cooperare economică a Mării Negre
CE	Consiliul Europei
CEN	Comitetul European pentru Standardizare
CBSSS (observator)	Consiliul Statelor Baltice
ECB	Banca Central Europeană
ESA	Agenția Spațială Europeană
FAO	Organizația pentru Alimentație și Agricultură
G-9	Grupul celor Nouă (G9) Alianța formată în 1965: Austria; Belgia, Bulgaria, Danemarca; Finlanda; Ungaria; Olanda; România; Suedia; Yugoslavia.
CERN	Organizația Internațională pentru Cercetări Nucleare
EAPC	Consiliul de Parteneriat Euro-Atlantic
ECE	Comisia Economică ONU pentru Europa
BEI	Banca Europeană de investiții
EBRD	Banca Europeană pentru Reconstrucție și Dezvoltare
ITUC	Confederația Mondială a Sindicatelor (FSM)
IAEA	Agenția Internațională pentru Energie Atomică
IBRD	Banca Internațională pentru Reconstrucție și Dezvoltare (BM)
ICC	Camera de Comerț Internațională
ICAO	Organizația Aviației Civile Internaționale
ICRM	Comitetul Internațional al Crucii Roșii
ICSID	Centrul Internațional pentru Soluționarea Litigiilor privind Investițiile
IPU	Uniunea Inter-Parlamentară
IDA	Asociația Internațională de Dezvoltare (BM)
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
LAIA (observator)	Asociația de Integrare Latin Americană
MIGA	Agenția Multilaterală de Garantare a Investițiilor (BM)
MONUSCO	Misiunea de stabilizare ONU în Congo
NATO	Organizația Tratatului Atlanticului de Nord
NSG	Grupul de Furnizori Nuclearii

OIF	Organizația Internațională de Francofonie
OAS (observator),	Organizația Statelor Americane
OPCW	Organizația pentru interzicerea Armelor Chimice
OSCE	Organizația pentru Securitate și Cooperare din Europa
PCA	Curtea Permanentă de Arbitraj
SELEC	Centrul de aplicare a legii din Europa de Sud-Est
Uniunea Latină	Uniunea Latină (țările lumii ce vorbesc una dintre limbile romanice)
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
UNMIL	Misiunea de Securitate ONU
UNMISS	Misiunea ONU pentru Sudanul de Sus
UNOCI	Operațiunea ONU în Côte d'Ivoire
UNEP	Programa NU pentru Mediu
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
ZC	Comitetul Zanger (exportatori nucleari)
UE	Uniunea Europeană
ADB	Grupul Australia
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
CBSSS (observator)	Consiliul Statelor Baltice
ECB	Banca Central Europeană

CUPRINS

1. PROFIL DE ȚARĂ	6
1.1. Economie.....	7
Regiunea viticolă a Podișului Transilvaniei.....	11
Regiunea viticolă a Dealurilor Moldovei	11
Dealurile Munteniei și Olteniei.....	11
Dealurile Banatului	11
1.2. Climat de afaceri.....	17
1.3. Participarea României în cadrul organizațiilor internaționale	23
1.4. Clasamente internaționale: România vs. Republica Moldova.....	25
2. COMERȚUL INTERNAȚIONAL AL ROMÂNIEI	28
2.1. Exporturile României	29
2.2. Importurile României.....	30
3. COMERȚUL EXTERIOR AL REPUBLICII MOLDOVA CU ROMÂNIA.....	32
3.1. Volumul comerțului exterior al Republicii Moldova cu România	32
3.2. Exporturile Republicii Moldova spre România	34
3.3. Importurile Republicii Moldova din România	37
4. ACCESAREA PIEȚEI DIN ROMÂNIA DE CĂTRE PRODUCĂTORII EXTERNI	43
4.1. Tariful vamal.....	43
4.2. Proceduri vamale.....	44
4.2.1. Documente necesare pentru procedura vamală pentru import în România/UE:	45
4.2.2. Declarație vamală electronică.....	47
4.2.3. Procese și proceduri de import.....	47
4.2.4. Determinarea valorii în vamă.....	48
4.3. Expoziții organizate în România	50
5. PROFILUL CONSUMATORULUI.....	52
5.1. Principalii factori de influență a consumatorilor români	52
5.2. reflectă profilul pieței de consum a României	52
5.3. Obiceiuri alimentare	55
6. COMPORTAMENTE ÎN AFACERI ÎN ROMÂNIA.....	58
7. ANEXA: ANALIZA FACTORILOR DE SUPT ȘI DE DESCURAJARE AFERENT EXPORTULUI DE PRODUSE ÎN ROMÂNIA, PER CATEGORIE DE PRODUS.....	62
8. LISTA FIGURILOR ȘI TABELELOR	70
8.1. Figuri	70
8.2. Tabele.....	70

1. PROFIL DE ȚARĂ

Denumire oficială: România

Capitala: București (aprox.2,1 mil. locuitori)

Alte orașe importante: Iași, Timișoara, Cluj-Napoca, Constanța, Galați, Craiova, Brașov, Ploiești, Oradea, Sibiu, etc

Locație: România este un stat situat în sud-estul Europei Centrale, pe cursul inferior al Dunării, la nord de peninsula Balcanică și la țărmul nord-vestic al Mării Negre

Forma de guvernământ: Republică

Șeful statului: Președinte - Klaus Iohannis (decembrie 2014)

Prim-ministru: Marcel Ciolacu (iunie 2023).

Organizare administrativ-teritorială: Conform Constituției, teritoriul României este organizat, sub aspect administrativ, în comune, orașe și județe: are 41 de județe plus municipiul-capitală București, 2.685 de comune însumând 13.285 de sate

Monedă națională: Leul românesc (RON)

Fus orar: EET (UTC+2);

Ora de vară: EEST (UTC+3)

Ziua națională: 1 decembrie

Drapel: tricolor, cu benzile verticale, începând de la lance, albastru, galben și roșu

Imn: „Deșteaptă-te, române!” (autor Andrei Mureșanu)

România este un stat situat în sud-estul Europei Centrale, pe cursul inferior al Dunării, la nord de peninsula Balcanică și la țărmul nord-vestic al Mării Negre. Pe teritoriul ei este situată aproape toată suprafața Deltei Dunării și partea sudică și centrală a Munților Carpați. Se învecinează cu Bulgaria la sud, Serbia la sud-vest, Ungaria la nord-vest, Ucraina la nord și est și Republica Moldova la est, iar țărmul Mării Negre se găsește la sud-est. Situata la intersecția dintre Uniunea Europeană, Balcani si CIS, Romania detine o pozitie strategica si atractiva, ceea ce permite un acces facil către Vestul si Estul Europei, către fostele state sovietice, tarile balcanice, Orientul Mijlociu si Nordul Africii, fiind traversata de trei importante coridoare pan-europene: coridorul nr. 4, care leagă Vestul de Estul Europei; coridorul nr. 9, care face legătura între Nordul si Sudul continentului si coridorul nr. 7, care facilitează navigația în interiorul Europei.

Totodată, România este situată la intersecția unor axe geoeconomice strategice în curs de consolidare: axa mărilor (Marea Caspică – Marea Neagră – Marea Mediterana) si axa fluviilor si canalelor (Rhin – Main – Dunare), legând Marea Nordului cu Marea Neagră.

Cu o suprafață de 238,391 km² ocupă locul 82 între țările lumii și este cea mai mare țară din jumătatea estică a peninsulei balcanice

La 29 martie 2004 România a devenit membră a NATO și din 1 ianuarie 2007 a Uniunii Europene. Din martie 2024 Romania va intra în spațiul Shenghen pe cale aeriană și maritimă.

România este membră a Organizației Cooperării Economice a Mării Negre (OCEMN) și participă la Inițiativa Central Europeană (ICE) și Inițiativa de Cooperare în Sud-Estul Europei (SECI).

TABEL 1. INFORMAȚII GENERALE COMPARATIVE ROMÂNIA-REPUBLICA MOLDOVA

	ROMÂNIA	MOLDOVA
--	---------	---------

Suprafață	total: 238.397 km ² terestru: 231.231 km ² apă: 7.160 km ² <i>Pe teritoriul României se află: 2/3 din lanțul carpatic; întreg sectorul inferior al fluviului Dunarea (1075 km).</i>	totală: 33,851 km ² terestră: 32,891 km ² apă: 960 km ²
Clima	temperat continentală de tranziție, specifică pentru Europa centrală, cu patru anotimpuri distincte, primăvară, vară, toamnă și iarnă.	moderat-continentală și se caracterizează prin iarnă blândă și scurtă, și vară caldă de lungă durată, cu o cantitate scăzută de precipitații
Resurse naturale	petrol (resurse în scădere), cherestea, gaze naturale, cărbune, sare, energie hidroelectrică, teren arabil	depozite mici de ligniți, petrol și gaz natural, fosforați, ghips, calcar, terenuri arabile.
Populație	19,892,812 (2023 WB)	3,250,532 (2023 est.) 2,615,199 (WB 2022)
Grupuri etnice	Români 88,9%, maghiari 6,1%, romi 3,3%, alte grupuri etnice (ucraineni, transilvăneni, ruși, turci, sârbi, slovaci, greci) 1,7%	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 română rămâne (oficială). Este vorbită de aproximativ 90% din populație ca limbă maternă, alte limbi minoritare importante fiind: limba maghiară, limba romani (limba romă), limba ucraineană, limba germană și limba turcă	Limba romană (oficială). (Limbile etniile prezente și limbile moderne în special de populația tânără, limba rusă).
Religii	Ortodocși 89,45%, romano-catolici 4,62%, reformați 3,19%, penticostali 1,92%, greco-catolici 0,8%, bapțiști(0,6%, minoritate islamică 0,34% (turci și tătari), ateii 0,11%, agnostici 0,1%	Ortodocși 90,1%, alți creștini 2,6%, alți 0,1%, agnostici 0,1%, ateii 0,2%, nespecificați 6,9% (recens. 2014)
Rata de creștere a populației	-0,9 % (2023 est.)	-1.14% (2023 est.)
Tipul de guvernare	Republică semi-prezidențială	Republică parlamentară
Puterea legislativă	Parlament bicameral: <ul style="list-style-type: none"> Senat (137 de membri); Camera Deputaților (314 de membri). <i>Un număr de 18 locuri suplimentare în Camera Deputaților sunt rezervate reprezentanților minorităților naționale.</i>	Parlament unicameral

1.1. Economie

Conform raportului Băncii Mondiale (2023), România este clasificată drept "**o economie cu venituri mari**" (**high-income economy**). România se poziționează în categoria economiilor emergente, având un **grad ridicat de complexitate și o forță de muncă specializată**. La sfârșitul anului 2023, economia țării se află pe locul 12 în Uniunea Europeană ca mărime și a 7-a ca putere (PIB-ul este ajustat la paritatea puterii de cumpărare).

Conform unui sondaj realizat de Eurostat în a. 2023, România s-a clasat pe locul doi ca cea mai fericită țară din UE, alături de Polonia și Finlanda. Obiectivul sondajului a fost captarea tendințelor în ceea ce privește starea subiectivă de bine a cetățenilor europeni.

TABEL 2. LISTĂ ȚĂRILOR MEMBRE UE DUPĂ PRODUSUL LOR INTERN BRUT, LA CURSURILE DE SCHIMB ALE PIEȚEI SAU OFICIALE ALE GUVERNULUI (PIB NOMINAL), MILIARDE DOLARI SUA

	COUNTRY	2018	2019	2020	2021	2022	2023
1	Germania	3,951.340	3,863.344	3,780.553	4,230.172	4,256.540	4,429.840
2	Franța	2,780.152	2,707.074	2,551.451	2,940.428	2,936.702	3,049.020
3	Italia	2,075.856	2,001.440	1,848.222	2,120.232	2,058.330	2,186.080
4	Spania	1,427.533	1,397.870	1,247.464	1,439.958	1,435.560	1,582.050
5	Olanda	914.519	902.355	886.339	1,007.562	1,013.595	1,092.750
6	Polonia	585.816	565.854	580.894	655.332	699.559	842.172
7	Sweden	556.073	528.929	529.054	622.365	621.241	599.052
8	Belgia	532.268	517.609	503.416	581.848	609.887	624.248
9	Irlanda	382.754	384.940	399.064	516.253	516.146	594.095
10	Austria	456.166	447.718	432.894	481.209	479.815	515.199
11	Danemarca	352.058	347.176	339.626	396.666	399.100	405.626
12	România	239.552	243.698	248.624	287.279	312.492	348.902

SURSA: FONDUL MONETAR INTERNAȚIONAL

România a obținut rezultate impresionante în îmbunătățirea performanței economice și a prosperității sale în ultimele două decenii, susținând convergența standardelor de viață cu Uniunea Europeană. Cu toate acestea, mai multe constrângeri, inclusiv instituții slabe, deficit de forță de muncă calificată, conectivitate slabă, rezistență scăzută la pericolele naturale și efectele schimbărilor climatice, împiedică România să facă creșterea mai incluzivă și mai durabilă din punct de vedere economic și ecologic.

De la obținerea independenței în 1990, **Produsul Intern Brut (PIB) al țării a crescut de aproape opt ori**, ce demonstrează un angajament ferm față de progresul economic. În plus, creșterea PIB-ului pe cap de locuitor, măsurată în standardele puterii de cumpărare (PPS), reflectă îmbunătățiri semnificative ale nivelului de viață al cetățenilor săi.

TABEL 3. EVOLUȚIA PRINCIPALILOR INDICATORI MACROECONOMICI. PROIECȚII PENTRU 2024

AN	PIB (MLRD. US\$ PPC)	PIB PE CAP DE LOCUITOR (US\$ PPC)	PIB (MLRD. US\$ NOMINAL)	PIB PE CAP DE LOCUITOR (US\$ NOMINAL)	PIB (%)	RATA INFLAȚIEI (%)	ȘOMAJ (%)	DATORIA PUBLICĂ (% PIB)
2018	▲ 576,3	▲ 29.504	▲ 243,5	▲ 12.465	▲ 6,0%	▲ 4,6%	▼ 5,2%	▼ 36,2%
2019	▲ 609,2	▲ 31.379	▲ 251,0	▲ 12.928	▲ 3,8%	▲ 3,8%	▼ 4,9%	▲ 36,6%
2020	▼ 594,4	▼ 30.751	▲ 251,7	▲ 13.021	▼ -3,7%	▲ 2,6%	▲ 6,1%	▲ 49,4%
2021	▲ 657,5	▲ 34.245	▲ 285,6	▲ 14.874	▲ 5,9%	▲ 5,0%	▼ 5,6%	▲ 51,1%
2022	▲ 737,3	▲ 38.721	▲ 301,8	▲ 15.851	▲ 4,8%	▲ 13,8%	— 5,6%	▼ 48,7%
2023	▲ 783,9	▲ 41.633	▲ 348,9	▲ 18.530	▲ 2,4%	▲ 10,5%	— 5,6%	▼ 48,3%
2024	▲ 830,5	▲ 44.484	▲ 376,7	▲ 20.175	▲ 3,6%	▲ 5,8%	▼ 5,4%	▲ 49,3%

SURSA: FONDUL MONETAR INTERNAȚIONAL

AGRICULTURA | Agricultura joacă un rol integral și unic în economia României. **Aproximativ 21 % din populația activă este angajată în agricultură.** Cei **2,9 milioane de proprietari de terenuri agricole din România reprezintă 1/3 din exploatațile agricole ale UE.** Dimensiunile medii a unei ferme este de 4,42 hectare, ce este mult mai mică ca media UE de 15 ha. **39,2% din teritoriul României este teren arabil, 28% păduri, 21% pășuni, fânețe și livezi și 2,5% podgorii.** Porumbul, grâul, orzul, semințele uleioase vegetale,

legumele, merele și strugurii pentru vin sunt principalele culturi, iar oile și porcii sunt principalele animale. Silvicultură și pescuitul sunt dezvoltate în cadrul unor programe pe termen lung.

La nivelul UE, România este I producător de prune, al II-a cel mai mare producător de floarea-soarelui din Europa, al IV-lea producător de grâu, soia și rapiță, al VIII-a producător de cartofi. În medie, aproximativ 60% din recolta de cereale și semințe oleaginoase este exportată. România ocupă locul II și III după efectivul de ovine și caprine, respectiv.

Datorită accesului său la porturile Mării Negre și Dunării, România **este principala cale de tranzit a cerealelor și semințelor oleaginoase ucrainene după invazia Rusiei.**

În decembrie 2022, Comisia UE a aprobat Planul Strategic Național al României, menit să crească viabilitatea economică a fermelor, să reducă disparitățile de venituri între ferme și să crească competitivitatea sectorului agricol. Bugetul total alocat României în cadrul programului este de 16,6 miliarde USD pentru cadrul financiar 2023-2027, împărțit între cei doi piloni principali, sprijinul pentru venitul agricol și dezvoltarea rurală.

Deși țara este un producător important de mărfuri agricole, **România rămâne un importator net de produse alimentare. Importurile majore includ produse din carne, horticultură, lactate, ingrediente pentru furaje și cereale, în timp ce cerealele, semințele oleaginoase, grăsimile și animalele vii au fost principalele mărfuri de export.**

TABEL 4. COMERȚUL AGRICOL AL ROMÂNIEI (2018-2022)

MILIOANE USD	2018	2019	2020	2021	2022
Importuri agricole	9,015	9,433	10,200	12,026	13,923
Exporturi agricole	7,655	8,029	7,982	11,294	12,600
Deficit comercial agricol	-1,360	-1,404	-2,218	-732	-1,323

INDUSTRIE | Sectorul industrial contribuie cu **27,8% din PIB-ul țării** și angajează **30% din populația activă**. Datorită forței de muncă ieftine, industria este diversificată și competitivă. Din punct de vedere istoric, companiile producătoare și sectorul industrial reprezintă coloana vertebrală a economiei României.

Sectorul industrial al României **însuma 79.152 de întreprinderi active în anul 2022**, în creștere cu **1,5%** față de anul 2021, dintre care aproape 78.000 erau în industria prelucrătoare. În total, în industrie lucrau 1.100.669 de persoane, în scădere cu 3,5% față de anul precedent, care reprezentau 23,5% din persoanele ocupate în întreaga economie.

Din acest motiv, investitorii străini direcți sunt implicați în industria grea (metalurgie, oțel), producția de piese de vehicule, construcții și construcții, rafinarea petrolului și textile. Potrivit ultimelor date ale Băncii Mondiale, numai sectorul prelucrător contribuie cu 16% din PIB. Datele oficiului național de statistică arată că producția industrială a României a scăzut cu 1,8% neajustat de la an la an în 2022 din cauza scăderilor producției și furnizării de energie electrică, termică, gaze, abur și aer condiționat (-9,4%), industria minieră. (-2,8%) și industria prelucrătoare (-0,4%)

București, capitala și cel mai mare oraș din țară, se numără printre cele mai mari centre industriale și financiare din estul Europei.

MINERIT | România este pe locul 10 din lume cu cea mai diversă producție de minerale și există aproximativ 60 de minerale diferite care sunt produse în țară. România are zăcăminte de diferite tipuri de minerale suficiente pentru a furniza producția de producție a țării

Industria miniera din România, în mod deosebit sectorul neferoase, a cunoscut un declin aproape total în ultimii 30 de ani, din reducerea semnificativă a investițiilor în acest sector. Conform estimărilor, România ar mai dispune de resurse posibile de metale neferoase de peste 2,2 miliarde tone, resurse de minereuri feroase de peste 58 miliarde tone, resurse de sare de circa 14-15 milioane tone, resurse ornamentale de 34,5 milioane tone, dintre care 6,39 milioane tone o reprezintă numai marmura.

INDUSTRIA DE FIER ȘI OȚEL | Industria siderurgică joacă un rol semnificativ în economia românească. Exporturile majore ale României includ categoria „fier și oțel” – atât ca materie primă cât și articole de produse. Principalele grupe de produse din industrie includ: fier (minereuri de fier și concentrate) și oțel, materiale de fier, deșeuri și resturi feroase, articole laminate plate din fier sau oțel nealiat (laminat la cald), laminate plate și alte produse din oțel inoxidabil, țevi, țevi și profile goale, sârme toronate din fier și oțel, frânghii, cabluri etc.

Dimensiunea pieței, măsurată prin venituri, a industriei de fier și oțel din România a atins nivelul de 2,0 miliarde de euro în 2023. În acest sector al economiei României sunt înregistrate 40 de întreprinderi cu un număr de angajați de 4,824 persoane¹.

AUTOMOTIVE | Industria automotive reprezintă un sector important în economia românească. Cele peste 500 de companii care lucrează în industria automotive reprezintă aproximativ **28% din PIB**. Producția este realizată în peste 500 de companii de dimensiuni diverse, de la marile fabrici de la Craiova și Pitești și până la mici ateliere în care se produc diverse componente.

Uzina de Autoturisme Pitești (1966), este cel mai cunoscut producător auto din România care în 1999, a fost vândută către Groupe Renault. Astfel, a devenit un brand al celebrei Alianțe Renault-Nissan-Mitsubishi. Producătorul a înregistrat un venit anual de 25,7 miliarde de lei românești în 2022. Mai mult, valoarea mărcii sale s-a ridicat la 815 milioane de euro. Dacia Sandero a fost al doilea cel mai vândut autoturism din Europa în ultimii doi ani (raportul calitate-preț rezonază cu cererea consumatorilor europeni). De menționat că cea mai răspândită marcă de mașini electrice din țară este Dacia, care și-a lansat prima mașină complet electrică în anul 2022 (Dacia Spring). Infrastructura de încărcare a vehiculelor electrice s-a dezvoltat rapid, ajungând la peste 1,7 mii de stații de încărcare la situația din 01.01.24.

INDUSTRIA TEXTILĂ | Industria reprezintă aproximativ **3% din PIB-ul** țării și angajează aproximativ **5% din forța de muncă activă**. Peste 70% din producție este destinată exportului, iar principalele destinații de export includ Germania, Italia, Franța și Regatul Unit. Tipurile de textile fabricate, este destul de divers: de la țesături și articole de îmbrăcăminte gata făcute până la textile de casă și textile tehnice. Principalele regiuni de producție textile din România: Transilvania este cunoscută pentru producția de lână și tricotaje; Regiunile de Sud și Vest excelează în confecțiile de îmbrăcăminte, (Timișoara și Arad); Regiunea de Nord a Moldovei, bogată în in și cânepă, produce textile de înaltă calitate superioară.

Producția de articole de îmbrăcăminte gata făcute, reprezintă o parte semnificativă a producției industriei, mărcile de top la nivel mondial aprovizionându-se pe scară largă din România.

În topul celor mai mari companii se regăsesc:

- **Producători de textile:** GST Safety Textiles Ro, Rifil, Silvania Worsted Spinning, Yarnea, Sefar și Rolana Tex, etc;
- **Fabricarea articolelor de îmbrăcăminte:** Artifex, Cottontex, Pandora Prod, Hanes Global Supply Chain Romania și Eurotex Company;
- **Fabricarea încălțămintei și produselor din piele:** Raffaello Shoes Factory, Rekord, Somarest, Legero Shoes Romania, Rhino Work, Sifa International, Lloyd Shoes Romania, Musette Exim, Gartek, Bihore și Marelbo.
- **Comerț cu amănuntul de încălțăminte:** Deichmann, CCC (SHOE EXPRESS) și Otter Distribution.
- **Comerț cu amănuntul de articole vestimentare:** Inditex Romania, Lpp România Fashion (Reserved, Cropp, Mohito, House și Sinsay), H&M Hennes & Mauritz, C&A Moda Retail, Peek & Cloppenburg, Ny'er Romania (New Yorker), Montecristo Retail Ro (Kenvelo), Takko Fashion International, Eroglu Romania (Colin's) și Puma Sports Romania.

INDUSTRIA VITI-VINICOLĂ | România are **8 regiuni viticole**:

TABEL 5. REGIUNI VITICOLE ALE ROMÂNIEI

¹ <https://www.ibisworld.com/romania/industry-statistics/iron-steel-manufacturing/1395/>

REGIUNI	PODGORII/CENTRE VINICOLE
1. Regiunea viticolă a Podișului Transilvaniei	5 podgorii (Târnave, Alba, Sebeș-Apold, Aiud și Lechința) și 17 centre viticole.
2. Regiunea viticolă a Dealurilor Moldovei	11 podgorii (Cotnari, Iași, Huși, Colinele Tutovei, Dealul Bujorului, Nicorești, Ivești, Covurlui, Panciu, Odobesti și Cotești).
3. Dealurile Munteniei și Olteniei	12 podgorii (Dealurile Buzăului, Dealu Mare, Ștefanești, Sâmburești, Drăgășani, Dealurile Craiovei, Severin și Plaiurile Drancei. etc) și 32 centre viticole.
4. Dealurile Banatului	1 podgorie (Triunghiul format de apa Mureșului cu Munții Banatului și frontiera cu Iugoslavia, această regiune întrunește, condițiile unei singure podgorii).
5. Crișana și Maramureș	4 podgorii (Miniș-Maderat, Diosig, Valea lui Mihai, Silvaniei) și un număr de 13 centre viticole.
6. Colinele Dobrogei	3 podgorii (Sarică-Niculițel, Istria-Babadag, Murfatlar). În cadrul acestora se află 9 centre viticole (Măcin, Niculițel, Tulcea, Valea Nucarilor, Babadag, Istria, Cernavodă, Medgidia, Murfatlar),
7. Terasele Dunării	2 podgorii (Ostrov și Greaca) și 5 centre viticole (Aliman, Băneasa, Oltina, Ostrov, Greaca).
8. Nisipurile și alte terenuri favorabile din sudul țării	3 podgorii (Dacilor, Calafat, Sadova-Corabia) care cuprind un număr de opt centre viticole.

SURSA: [HTTPS://WINESDAYAPP.RO/RO/REGIONS/REGIUNILEVITICOLEALEROMNIEI#](https://winesdayapp.ro/ro/regions/regiunileviticolealeromniei#)

Conform datelor colectate de Organizația Internațională a Viei și Vinului (OIV), România a produs, în 2023, 4,4 milioane de hectolitri de vin, cu 15% mai mult decât în 2022 și cu 4% mai mult decât media ultimilor 5 ani, consolidându-și poziția de al **șaselea cel mai mare producător de vin din Europa**.

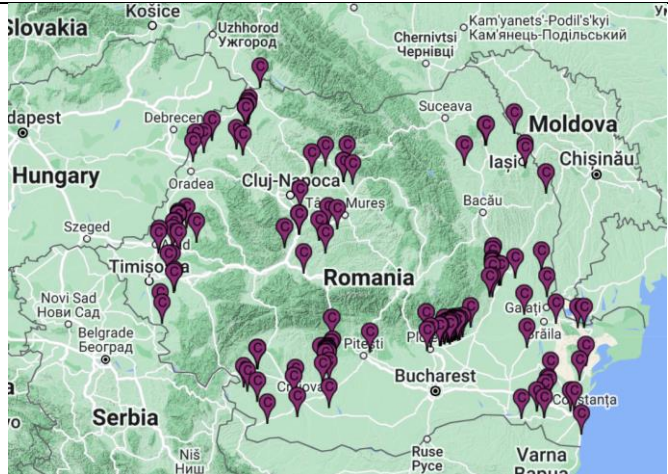
TABEL 6. PRODUȚIA DE VIN: ROMÂNIA VERSUS REPUBLICA MOLDOVA, 2018-2023, MIL. HL

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	VAR. 5 ANI
Romania	5,1	3,8	3,8	4,5	3,8	4,4	+4%
Moldova	1,9	1,5	0,9	1,4	1,4	1,3	-11%

SURSA: ORGANIZAȚIA INTERNAȚIONALĂ A VIEI ȘI VINULUI

Conform estimărilor, se prognozează că piața vinurilor din România va genera venituri de cca 562,3 milioane USD în 2024, iar volumul pieței de vin va ajunge până la 174,6 mil. litri până în 2028. Volumul mediu pe persoană pe piața vinurilor din România este estimat la 9,05 l în 2024.

Accesând link-
ul: <https://www.crameromania.ro/en/regions>,
poate fi vizualizată "Harta Vinurilor României",
unde sunt specificate zonele vinicole distincte din
România și principalele categorii de vinuri
prodate. Harta include o listă de 230 crame și nu
își propune doar să fie un ghid turistic ci și un
instrument educațional prin care iubitorii de vin
să poată explora cramele și regiunile viticole ale
României.



SECTORUL ENERGETIC | Sectorul energetic al României este cheia evoluției economiei și politicii sale de securitate. Are un mix energetic divers, inclusiv cărbune, gaz natural, nuclear, hidroelectric și surse regenerabile. Cea mai mare pondere a producției de energie electrică provine istoric din cărbune și gaze

naturale, urmate de energia hidroelectrică și nucleară. În ultimii ani, a existat o schimbare către creșterea ponderii surselor de energie regenerabilă, cum ar fi eolianul și solarul. România și-a stabilit ținte ambițioase pentru energia regenerabilă, urmărind să-și mărească ponderea în mixul energetic total. **Energia eoliană** a cunoscut o creștere substanțială, cu numeroase parcuri eoliene în funcțiune, în timp ce **energia solară** devine din ce în ce mai importantă, în special în regiunile de sud ale țării. Sectorul energiei regenerabile din România a înregistrat o evoluție impresionantă în 2022, cu venituri operaționale crescute cu 69% anual, atingând o cotă de 9,6 miliarde de euro, dintre care 59 % a revenit energiei hidro/marine; 27 % energiei eoliene; 13% energiei solare; 1% bioenergiei².

România are **două reactoare nucleare** în exploatare la Centrala Nucleară de la Cernavodă (capacitate instalată de 1.413 MWh, 2023), care contribuie cu o parte semnificativă din energia electrică a țării, dar și cu rezerve semnificative de gaze naturale și facilități de producție, situând-o ca pe un jucător cheie pe piața regională de gaze naturale. România exportă și importă energie electrică către și din țările învecinate, inclusiv Ungaria, Bulgaria, Serbia, Ucraina și Moldova, și face parte, de asemenea, din piața internă de energie a Uniunii Europene.

Energia electrică din România este **compusă 36,3% din surse de energie hidroelectrică, 16,9% cărbune, 16,5% energie eoliană, 14,3% hidrocarburi, 7,7% surse de energie nucleară, 7,6 % surse de energie solară și 0,7%**. Consumul de energie electrică în 2022 a fost de 51.708,9 milioane kWh, cu 7,2% mai puțin decât în 2021, **7.325,1 milioane kWh au fost exportați în 2022**.

În România, piața de energie este împărțită între **cinci mari distribuitori de energie electrică**: Electrica Furnizare, Enel Energie și Enel Energie Muntenia, E.On Energie România, Hidroelectrică și CEZ Vanzare.

România este al doilea cel mai mare producător de gaze naturale din Uniunea Europeană, după Olanda.

Cu toate acestea, este în continuare dependentă de gaze din import, în proporție mai mare sau mai mică, în funcție de sezon. Produce, în prezent, 25-26 de milioane de metri cubi de gaz în fiecare zi - o cantitate suficientă pentru consumul total pe timp de vară, dar prea puțin pentru sezonul rece. Consumul de gaze zilnic ajunge vara la 13 milioane de metri cubi pe zi, iar în iarna atinge un vârf de 55-60 de milioane.

În ianuarie 2024, Guvernul României a anunțat alocarea a **815 milioane euro sub formă de granturi pentru a stimula investițiile în producția de energie solară, eoliană și hidroenergetică în toată România**. Astfel, **Ministerul Energiei va lansa două apeluri de finanțare în martie 2024 destinate întreprinderilor mici, mijlocii și mari, plătind fonduri din Fondul de modernizare al UE**.

SECTORUL SERVICIILOR | Sectorul serviciilor are o importanță majoră în dezvoltarea economiei, contribuind cu peste **58% la PIB-ul României**. Totodată, industria serviciilor angajează peste **55% din forța de muncă a țării**. Printre cele mai importante subramuri din zona serviciilor sunt: **HORECA, transporturi, închirieri, servicii financiare, comerțul cu amănuntul, serviciile de divertisment și multe altele**.

- **Segmentul comerțului cu amănuntul** este cel mai mare angajator din România (12% din populația activă). Aici se integrează toate magazinele online și stradale, mici și mari, hipermarketurile și mall-urile.
- **Sectorul tehnologiei** se caracterizează, de asemenea, printr-o creștere consistentă în ultimii ani, datorită apariției unei forțe de muncă înalt calificate al cărei cost este mai mic decât media europeană. Sectorul ITC din România reprezintă aproximativ **6,2% din PIB**. Țara a înregistrat progrese semnificative în toate subsectoarele și s-a impus ca un hub proeminent pentru externalizarea dezvoltării software. Cu peste 202.000 de dezvoltatori (la situația din 01.01.24), țara are un pool de talente tehnologice, hub-uri tehnologice cheie și capacitățile de inginerie care oferă servicii de dezvoltare software de calitate pentru afaceri din întreaga lume. România găzduiește peste 440 de companii de dezvoltare de software, fiecare echipată cu expertiză tehnică și de domeniu diversă, inclusiv IT, servicii financiare și de afaceri și asistență medicală.

² Agenția Internațională de Energie Regenerabilă, https://www.irena.org/-/media/Files/IRENA/Agency/Statistics/Statistical_Profiles/Europe/Romania_Europe_RE_SP.pdf?country=Romania®ionID=&countryID=3219d9c4-72ca-44ca-b11f-e3130a080c59

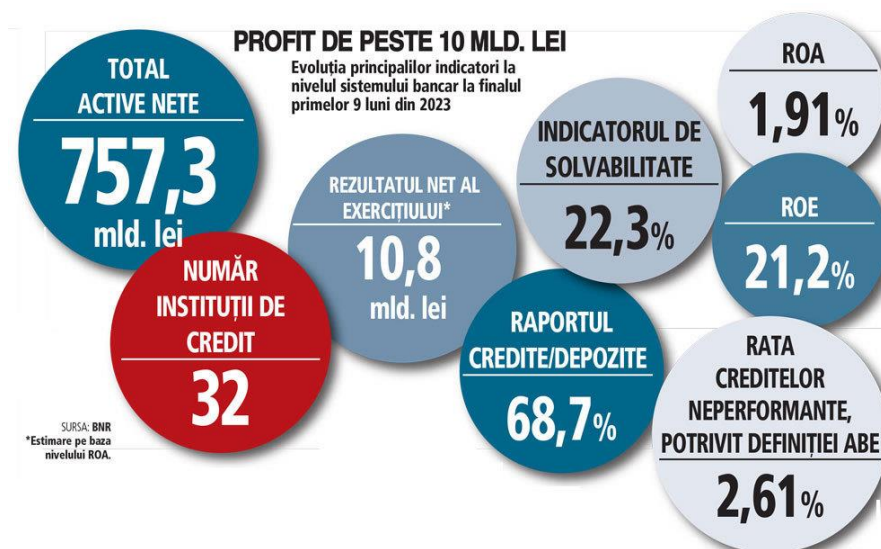
România este **lider în Europa** și pe **locul șase în lume** în ceea ce privește **numărul de specialiști IT certificați** la 1.000 de locuitori. Până în 2026, se estimează că exporturile TIC ale României vor ajunge la 9,3 miliarde de dolari, o creștere semnificativă de la 8 miliarde de dolari în 2023.

SECTORUL BANCAR | Sistemul bancar al României cuprinde, pe lângă Banca Națională, băncile comerciale și instituțiile financiare de credit și de depozit (68 de instituții). La începutul anului 2024, în România sunt înregistrate **32 de bănci comerciale**. Totodată, sunt inițiate procese de fuziune a 3 bănci: First Bank, Alpha Bank Romania și OTP Bank Romania. Alte 2 bănci „Aedificium Banca pentru Locuințe SA” și „BNP Paribas Personal Finance” au anunțat că vor sista activitatea din proprie inițiativă. Capitalul autohton are o pondere de aproximativ 35% din totalul sistemului bancar, urmat de cel austriac, cu 23%, și de cel italian, cu circa 14%.

În 2023, România a asistat la o transformare rapidă a sectorului financiar, datorită ascensiunii tehnologiilor financiare, cunoscute sub numele de „FinTech”. Această evoluție a fost caracterizată de adopția largă a tehnologiilor digitale în operațiunile financiare, schimbând modul în care consumatorii și companiile interacționează cu serviciile bancare și de plată.

Profitul sistemului bancar a urcat la un maxim de peste 10 mld. lei în 9 luni ale a.2023, **în creștere cu 40% față de perioada similară a a.2022**, depășind chiar profitul din întregul an 2022. Rentabilitatea activelor a atins un nivel record de 1,91%, iar activele au însumat cca 757 mld. Lei.

FIGURĂ 1. TABLOUL SISTEMULUI BANCAR AL ROMÂNIEI, PRIMELE 9 LUNI ALE ANULUI 2023



SURSA: ZIARUL FINANCIAR, DISPONIBIL LA: [HTTPS://WWW.ZF.RO/BANCI-SI-ASIGURARI/TABLOUL-SISTEMULUI-BANCAR-DUPA-9-LUNI-2023-PROFITUL-SISTEMULUI-22197977](https://www.zf.ro/banci-si-asigurari/taboul-sistemului-bancar-dupa-9-luni-2023-profitul-sistemului-22197977)

TURISM | Relieful divers, cum ar fi Munții Carpați, Marea Neagră, Delta Dunării și multe zone împădurite, o rețea hidrografică excepțională de râuri și lacuri, fac țara una dintre cele mai mari atracții turistice din Europa. De asemenea, România are mai multe situri din patrimoniul mondial protejate de UNESCO, și anume Bisericile din Moldova, Maramureșul, Transilvania, câteva Cetăți dacice și Delta Dunării.

Sosirile înregistrate în stațiunile turistice din România, au însumat în 2023 - 13647 mii persoane, în medie cu 11% mai mare față de anul precedent. Înnoptările au însumat 29171 mii, cu o creștere cu 9,8% față de 2022. Din numărul total de sosiri, în anul 2023, sosirile turiștilor români în structurile de primire turistică cu funcțiuni de cazare au reprezentat 84,6%, în timp ce sosirile turiștilor străini au reprezentat doar 15,4%. Înnoptările înregistrate în structurile de primire turistică (inclusiv apartamente și camere de închiriat), în anul 2023 au însumat 29.171.100, în creștere cu 9,8% față de cele din anul 2022.

Orașe predispuse de a fi importante atracții turistice pentru străini sunt: Sibiu (Capitală Culturală Europeană în 2007), Timișoara (Capitală Culturală Europeană în 2023), Băile-Herculane, Brașov, Cluj-Napoca, Sighișoara, Constanța, Iași, Suceava, Târgoviște, București, etc.

Răspândirea geografică a podgoriilor vitivinicole în România a facilitat crearea unor itinerarii turistice precum Drumul vinului, care oferă posibilitatea turiștilor să călătorească prin țară și să cunoască mai multe locuri unde se cultivă struguri și se produce vin de calitate. Drumul Vinului are o poveste de aproximativ 2.000 de ani în spațiul carpato-danubiano-pontic, încă de pe vremea romanilor. România oferă o varietate de tururi turistice spre cramele sale faimoase la nivel local, dar și internațional, pentru a degusta soiuri de vin apreciate și recunoscute. Astfel în zona viticolă Dealu Mare, turiștii vizitează cramele Lacerta, Rotenberg, Vitis Metamorphosis sau Licorna, la Drăgășani pot fi descoperite cramele Avincis, Stirbey și Vila Dobrușa. În Moldova, drumul vinului pornește din Vrancea pe ruta Panciu, Odobești, Cotești și urcă până spre Iași, la Cotnari. Alte trasee pitorești pe drumul vinului sunt în Oltenia (Corcova, Dealul Viilor, Segarcea, Sadova), în Transilvania (Alba, Târnave, Jidvei, Sebeș) și Dobrogea (Sarica Niculițel, Istria, Babadag, Murfatlar, Ostrov).

TRANSPORT

Transport rutier. La data de 31 decembrie 2023, România avea 1.074 de kilometri de autostrăzi și drumuri expres. România va face parte din două coridoare europene de transport (TEN-T): actualul coridor Rin-Dunăre și un coridor nou creat: Marea Baltică-Marea Neagră-Marea Egee. Coridorul Rin-Dunăre va fi extins până la principalele porturi de la Marea Nordului și va continua să lege România (inclusiv portul Constanța și portul Sulina din Delta Dunării) de inima economică a UE din Germania (Frankfurt, Stuttgart). Coridorul traversează și Bulgaria, Ungaria, Slovacia, Serbia, Austria și Cehia. Noul coridor al Mării Baltice, al Mării Negre și al Mării Egee se va desfășura de-a lungul flancului estic al UE, conectând toate statele membre de-a lungul acestei frontiere. Astfel se va crea o nouă conexiune între Polonia (Gdynia/Gdansk), Slovacia, Ungaria, România, Bulgaria și Grecia.

Un proiect de infrastructură strategică cu Republica Moldova îl constituie **Autostrada A8, denumită și Autostrada Unirii**, care va fi construită pe traseul Ungheni - Iași - Târgu Frumos - Pașcani - Târgu Neamț - Poiana Largului - Ditrău - Târgu Mureș, unde va face joncțiune cu Autostrada A3. Lungimea totală proiectată - 304,2 km, la un cost estimat de 4,07 miliarde de euro. În zona Ungheni (jud. Iași), la capătul A8, urmează a fi construit Podul rutier de la Ungheni, peste Prut.

Avia. Transportul aerian este un factor cheie al activității economice în România, susținând un total de 107.000 de locuri de muncă și contribuind cu cca 2,3 miliarde EUR la economia României. În a. 2022, traficul aerian de pasageri a constituit peste 20,97 milioane de persoane. Aeroportul Henri Coanda din București a ocupând primul loc în ceea ce privește transportul de pasageri (cca 12 mln.), urmat de Aeroportul Avram Iancu din Cluj-Napoca și Aeroportul Internațional din Iași.

În România există un total de **16 aeroporturi**, în 15 mari orașe (Arad, Bacău, Baia Mare, Cluj, Constanța, Craiova, Iași, Oradea, Satu Mare, Sibiu, Suceava, Târgu Mureș, Timișoara, Tulcea). Două sunt amplasate în Capitală: Aeroportul Internațional Henri Coandă și Aeroportul Internațional București Băneasa – Aurel Vlaicu. Se consideră că România are o flotă aeriană învechită și mică³. Conform datelor Eurostat numărul de nave aeriene comerciale înregistrate constituiau în a 2022, 43 de unități (comparativ cu 64 în a.2018).

Căile ferate. Rețeaua feroviară românească este a 4-a ca mărime și cea mai densă din Europa. Operatorul național al căilor ferate este **Căile Ferate Române**, care operează pe rețea împreună cu alte firme de transport private. Lungimea căilor ferate este de 19629 km din care 13442 km linii curente și directe și 6187 km linii de stații. Ecartamentul rețelei feroviare este european de 1435 mm.

³ <https://www.digi24.ro/stiri/economie/transporturi/cum-arata-flota-aeriana-comerciala-a-romaniei-comparativ-cu-a-altor-state-ue-1228018>

Metrou. București este singurul oraș din România care are un metrou, inaugurat în 1979. Astăzi este cel mai utilizat mod de transport public din București având în medie 600.000 de pasageri pe zi. În total rețeaua metroului are o lungime de 63 km și 45 de stații.

Transport maritim și fluvial. Sectorul maritim al României aduce o contribuție semnificativă la economia națională, fiind un motor important al creșterii economice și al creării de locuri de muncă. Potrivit datelor Autorității Maritime Române, în 2022, sectorul maritim a generat o cifră de afaceri de 3,3 miliarde de euro, iar numărul de angajați din sector a depășit 65.000 de persoane. Transportul total de mărfuri a însumat un volum de peste 75,6 mil. tone. Cele mai importante categorii de mărfuri transportate în a. 2022 pe cale maritimă au fost „cereale” (24,0 mil.tn), petrol brut (9,5 mil.tn); produse petroliere (7,2 mil.tn); „minereuri de fer” (7,1 mil.tn); „îngrășăminte naturale și chimice” (4,5 mil tn), „semințe uleioase, fructe oleaginoase și grasimi” (3,7 mln.tn), etc.

Sectorul maritim este, de asemenea, responsabil pentru 65% din comerțul exterior al României, ceea ce arată importanța acestuia pentru economia națională.

Cel mai important port este portul Constanța. Poate găzdui vase de peste 150.000 de tone. Totodată fiind port în bazinul semi-închis al Mării Negre, Portul Constanța nu are conexiune directă cu rutele maritime care leagă Orientul Mijlociu, Orientul Îndepărtat, Australia și țările africane de Europa. Fiind accesat doar prin strâmtorile Turciei, portul Constanța are o dimensiune redusă a pieței deservite, comparativ cu porturile mediteraneene din apropiere.

Dunărea, parcurge 1.075 kilometri din teritoriul României și se varsă în Marea Neagră prin intermediul a trei canale naturale: Chilia, Sulina și Sfântu Gheorghe, care formează faimoasa Deltă a Dunării (România deține circa doua treimi din cursul navigabil al Dunării). Parcul de nave fluviale care îndeplinesc standardele tehnice de navigație nu depășește 5.000 de unități. Navigația fluvială contribuie cu 27% la transportul intern de mărfuri în România. Pe Dunăre există mai multe porturi fluviale: Turnu Severin, Giurgiu, Călărași, Cernavodă, Orșova, Turnu Măgurele și Oltenița. Braila, Galați și Tulcea sunt considerate porturi fluviale și maritime.

TABEL 7. VOLUMUL MĂRFURILOR TRANSPORTATE PRIN PORTUL DE LA CONSTAȚA

TIP MARFA	ANUL 2018 TONE	ANUL 2019 TONE	ANUL 2020 TONE	ANUL 2021 TONE	ANUL 2022 TONE
Animale vii, sfecla de zahar	70.934	96.399	100.433	113.527	93.085
Articole diverse	6.567.347	6.561.433	6.348.655	6.197.408	7.940.143
Articole fabricate din metal	8.019	10.900	1.898	8.916	7.624
Cartofi, alte legume și fructe proaspete sau congelate	7.289	3.227	0	0	0
Celuloza și deșeuri de hârtie	28.274	48.801	73.340	58.992	30.490
Cereale	17.963.535	21.329.156	21.893.550	25.174.619	24.010.975
Ciment, var nestins, materiale prefabricate pentru construcții	205.712	363.850	703.119	814.793	620.894
Combustibili minerali solizi	3.770.447	3.834.946	2.850.701	3.438.621	3.481.817
Echipamente, mașini	535.331	376.115	441.600	433.666	464.448
Îngrășăminte (naturale și chimice)	3.007.574	4.024.682	4.420.218	4.103.372	4.507.272
Lemn și plută	314.695	289.549	227.098	411.763	386.329
Minerale brute sau prelucrate	448.322	615.906	594.396	892.854	1.223.515

Minereuri de fier, deșeuri de fier și oțel, zgura de furnal	4.521.893	5.189.807	3.868.790	4.766.262	7.002.094
Minereuri și deșeuri neferoase	3.976.068	3.861.530	2.276.486	3.150.187	953.943
Petrol brut	7.475.408	8.027.409	6.638.429	6.715.111	9.512.520
Piele, textile și confecții	3.344	1.608	0	0	24.118
Produse alimentare și nutrețuri pentru animale	167.256	349.544	286.356	321.015	308.465
Produse chimice altele	590.365	537.533	713.346	642.977	676.993
Produse chimice derivate din cărbuni și gudron	167.805	102.722	110.015	90.339	124.405
Produse metalice	2.287.151	2.529.108	1.953.551	2.502.520	3.225.583
Produse petroliere	5.897.915	6.296.060	5.042.322	5.438.743	7.202.140
Semințe uleioase, fructe oleaginoase și grăsimi	3.262.034	2.141.252	1.826.407	2.204.820	3.740.834
Sticlă, sticlărie și produse ceramice	27.056	11.755	5.089	2.930	0
Total	61.303.774	66.603.292	60.375.799	67.483.435	75.537.687

SURSA: PORT CONSTANȚA

TABEL 8. ASPECTE COMPARATIVE ROMÂNIA – REPUBLICA MOLDOVA: SISTEMUL ECONOMIC

	ROMANIA	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 2023 (nominal), BM	348,902 mlrd. USD	16,00 mlrd. USD
PIB 2023 (PPP, curent)	783,903 mlrd. USD	42.217 mlrd. USD
PIB pe cap de locuitor (nominal)	18530 USD	6410 USD
PIB pe cap de locuitor (în prețuri curente, 2022)	41633 USD	16915 USD
Produse agricole	Porumb, grâu, floarea soarelui, soia, rapiță, cartofi, mere, struguri, legume, căneapă, carne, lapte, lână, produse vinicole, etc	Porumb, grâu, semințe de floarea soarelui, struguri, mere, sfeclă de zahăr, lapte, cartofi, orz, prune, produse vinicole, etc.
Industrii	Industria constructoare de mașini, siderurgică, chimică, petrochimică, a materialelor de construcții, de prelucrare a lemnului, industria ușoară, alimentară, electronică și electrotehnică.	Prelucrare zahărului, ulei vegetal, prelucrarea alimentelor, mașini agricole; echipamente de turnătorie, frigider și congelatoare, ciorapi, pantofi, textile, etc.
Remitențe, % PIB (2022, BM)	0,8 %	14,1%
Export (2022)	96,8 mlrd. USD	4335,1 mln. USD
Parteneri –exporturi (2022)	Germania (19,8%), Italia (10,1%), Ungaria (7,3%), Franța (6%), Bulgaria (3,9%), Polonia (3,8%), Țările de Jos (3,5%), Spania (3,11%),	România (28,6%), Ucraina (16,6%), Italia (7,6%), Turcia (7,0%), Germania (5,3%), Rusia (4,4%), Bulgaria (3,3%), Polonia (2,8%).

	Turcia (3,08%), Cehia (2,89%), Regatul Unit (2,88%), SUA (2,5%).	
Principale mărfuri la export (2022)	Mașini electrice, echipamente (16,4%), vehicule (14,2%), mașini, inclusiv computere (9,8%), combustibili minerali, inclusiv petrol (7,6%), cereale (4,7%), fier, oțel (3,6%), cauciuc, articole din cauciuc (3,3%), articole din fier sau oțel (3,2%), mobilier, lenjerie de pat, iluminat, semne, clădiri prefabricate (3,2%), aparate optice, tehnice, medicale (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%), îmbrăcăminte 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)	132,0 mlrd USD	9219,1mln. USD
Parteneri – importuri (2022)	Germania (17,7%), Italia (8,19%), Bulgaria (7,05%), Ungaria (6,51%), Polonia (5,93%), Turcia (5,58%), China (5,13%), Rusia (4,34%), Olanda (4,01%), Franța (3,88%).	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)	Mașini și echipamente electrice (14,2%), combustibili minerali, uleiuri minerale și produse de distilare a acestora (12,1%), reactoare nucleare, cazane, mașini și aparate mecanice (10%), vehicule, altele decât materialul rulant feroviar sau tramvai (8,31%), materiale plastice și articole din acestea (4,95%), fier și oțel (3,91%), produse farmaceutice (3,58%), articole din fier sau oțel (2,875), instrumente și aparate optice, fotografice (2,09%), produse chimice diverse (1,86%).	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 | Începând cu anul 2007, din momentul aderării la UE, România aplică politica comercială comună a UE, respectiv:

- tariful vamal comun;
- schema de preferințe generalizate (SGP) a UE;
- măsurile de apărare comercială;
- acordurile preferențiale comerciale și de cooperare încheiate cu țările terțe;
- angajamentele comerciale din cadrul Organizației Mondiale a Comerțului (OMC).

CLIMAT INVESTIȚIONAL | România oferă un **tratament național pentru investitorii străini și nu diferențiază tratamentul în funcție de sursa de capital**. Locația strategică a României, apartenența la Uniunea Europeană (UE), forța de muncă relativ bine educată, salariile competitive și resursele naturale abundente atrag această locație pentru **firmele care doresc să acceseze piețele europene**, din Asia Centrală, din Orientul Apropiat, SUA, etc. Astfel, climatul investițional al țării oferă oportunități pentru

investiții în special în așa domenii ca **tehnologia informației, automobile, telecomunicații, energie, apărare, servicii, producție, asistență medicală, produse de larg consum, asigurări și sector bancar.**

Investitorii din România pot beneficia de ajutor pentru afaceri atât din surse naționale, cât și cele oferite de UE, în limitele reglementărilor privind ajutorul de stat. Ajutorul poate fi obținut pentru un șir de activități precum: angajare și formare, activități de prelucrare, înaltă tehnologie, cercetare și dezvoltare, energie, sănătate și agricultură.

Mai mult ca atât pot fi acordate și un șir de **stimulentele locale** (adică scutirea de la impozitul local pe clădiri și de la impozitul local pe teren). Mai mult, investițiilor situate în **parcuri industriale** li se acordă un spectru suplimentar de scutire de taxe pentru schimbarea destinației terenurilor, scutire de la impozitul pe clădiri și terenuri etc.

În plus, sunt disponibile câteva **stimulente fiscale generale**:

- **Scutire de impozit pe profitul reinvestit** în echipamente tehnice și proprietate software sau drepturi de licență produse/dobândite și puse în funcțiune în perioada fiscală relevantă (sub rezerva anumitor condiții);
- **Deducere suplimentară de 50% CIT** pentru toate costurile **de cercetare și dezvoltare eligibile**;
- Scutire de impozit pe profit pentru **activități de inovare, cercetare și dezvoltare**: scutire de impozitul pe profit pentru primii 10 ani de funcționare (în vigoare din ianuarie 2017).;
- Scutire de la impozitul **pe venitul persoanelor fizice pentru salarii care desfășoară activități de cercetare-dezvoltare**;
- Scutire de impozit pe venitul personal **pentru angajații dezvoltatori de software**;
- **Stimulente pentru contribuția șomajului pentru angajarea șomerilor**; stimulente specifice pentru **angajarea șomerilor din anumite categorii sociale** (de ex. proaspăt absolvenți, părinți singuri, persoane în vârstă, persoane cu dizabilități și studenți angajați în vacanțele de vară).
- **Stimulente pentru sprijinirea învățământului profesional și tehnic și a învățământului dual** (practic și academic) preuniversitar și universitar: cheltuieli efectuate în legătură cu pregătirea teoretică și/sau practică a studenților din învățământul profesional și tehnic, inclusiv amortizarea mijloacelor fixe sau a investițiilor utilizate în acest scop scop, sunt definite în mod specific ca fiind deductibile din punct de vedere fiscal;
- **Profitul investit în susținerea învățământului profesional dual (practic și teoretic)** prin asigurarea pregătirii practice și a pregătirii de calitate a studenților este scutit de impozit pe profit.

România oferă, de asemenea, **două scheme de ajutor de stat pentru sprijinirea afluxului de capital străin** în economie internă pentru investiții care depășesc 1 milion EUR sau crearea a minimum 100 noi locuri de munca:

- Investiție minimă de **1 milion EUR**: Costurile eligibile includ: construcția de noi clădiri; costuri de închiriere pentru construcții aferente; investiții inițiale; investiții capex destinate instalațiilor și instrumentelor tehnice; achiziții de proprietate intelectuală (HG 807/2014)
- Minim **100 de noi locuri de muncă**/per locație (în diferite locații ale investiției): Costurile eligibile includ: costuri salariale înregistrate pe o perioadă de 2 ani consecutiv ca urmare a creării de locuri de muncă; (HG 332/2014)⁴

O schemă de ajutor de stat (HG 959/2022) este aplicată și pentru investiții **în industria prelucrătoare** pentru creșterea potențialului de producție pentru materiale/produse/echipamente și servicii prin asigurarea capacităților de finanțare și producție:

⁴ Ministerul Finanțelor al României, Scheme de suport al statului pentru dezvoltarea afacerilor, citat la 10.02.2024, disponibil la: <https://mfinante.gov.ro/hg-332/20141>

- Investiție de minim **3 milioane EUR** - Costurile eligibile includ: start-up, extinderea capacității unei unități existente, diversificarea producției; schimbare fundamentală a procesului de producție, creând noi locuri de muncă.

TABEL 9. INVESTIȚII STRĂINE DIRECTE 2020-2022, ROMÂNIA

INVESTIȚII STRĂINE DIRECTE	2020	2021	2022
Fluxul de ISD (milioane USD)	3,432	10,574	11,273
Depozite ISD (milioane USD)	111,387	113,586	115,980
Numărul de investiții „Greenfield”	157	175	190
Valoare Investițiilor „Greenfield” (milioane USD)	3,849	5,340	8,972

SURSA: CONFERINȚA NAȚIUNILOR UNITE PENTRU COMERȚ ȘI DEZVOLTARE, RAPORT PRIVIND INVESTIȚIILE LA NIVEL MONDIAL, 2022, DISPONIBIL LA: [HTTPS://UNCTAD.ORG/SYSTEM/FILES/OFFICIAL-DOCUMENT/WIR2022_EN.PDF](https://unctad.org/system/files/official-document/wir2022_en.pdf)

În ianuarie-august 2023, conform datelor Băncii Naționale Române⁵, investițiile străine directe s-au ridicat la 5080 milioane EUR (valoare estimată), **în scădere cu 31,55%** comparativ cu aceeași perioadă din 2022 (7421 milioane EUR). Stocul de ISD la 30 iunie 2023 a fost de 109.251,69 milioane EUR. (BNR – Baza de date interactivă, octombrie 13, 2023).

TABEL 10. PUNCTE FORTE ȘI PUNCTE SLABE ALE CLIMATULUI INVESTIȚIONAL/DE AFACERI CU ROMANIA

PUNCTE FORTE	PUNCTE SLABE
<ul style="list-style-type: none"> • Stat membru UE; • Introducerea de la aderarea sa la UE a unor măsuri monetare prudente care au permis țării să câștige încrederea investitorilor străini; • Un nivel relativ scăzut al datoriei publice și o rată de creștere favorabilă: 5,6% în 2023 (FMI) • O piață internă relativ mare, cu aproximativ 19 milioane de locuitori în 2023; • O forță de muncă calificată și cu costuri reduse; • O industrie agroalimentară puternică; • Dependență energetică scăzută de cărbune, petrol, gaz și uraniu; • Un total de 105 parcuri industriale, inclusiv 16 „greenfield”, 14 în construcție și 75 operaționale cu un total de 3,411 ha. • Țară cu un impact „foarte scăzut” al terorismului, fapt confirmat cu valoarea de 0,682 a indicelui global al terorismului – conform raportului anual „Global Indicele terorismului”, publicat de Institutul pentru Economie și Pace (IEP) în 2023. 	<ul style="list-style-type: none"> • Instabilitate politică persistentă; • Infrastructură slabă; • Riscuri de corupție; • O economie informală mare; • Imprevizibilitatea judiciară, legislativă, fiscală și de reglementare care slăbește încrederea comunității de afaceri; • O populație relativ săracă, cu putere de cumpărare limitată și afectată de un declin demografic (rata scăzută a natalității și emigrarea tinerilor calificați); • Fragilitate în sectorul bancar, care nu descurajează investițiile și asumarea de riscuri antreprenoriale; • Datoria mare în valută străină a sectorului privat; • Datoria externă mare a țării.

⁵ Banca Națională a României, comunicat „Balanta de plăți și datoria externă” – august, 13 octombrie 2023” disponibil la: <https://www.bnr.ro/page.aspx?prid=23300>

România are semnate acorduri bilaterale de investiții cu 96 de țări și tratate de evitare a dublei impuneri cu cca 90 de țări din întreaga lume, inclusiv cu Republica Moldova.

ÎNREGISTRAREA AFACERILOR ÎN ROMÂNIA

Înregistrarea unei afaceri în România implică o serie de pași și formalități esențiale pentru a asigura conformitatea cu legislația în vigoare și pentru a stabili un cadru legal solid pentru dezvoltarea și funcționarea unei companii. În acest sens, este important să înțelegem formele juridice disponibile, condițiile asociate acestora, etapele principale ale înregistrării și aspectele financiare și fiscale relevante. Mai jos vom explora detaliat aceste aspecte pentru a oferi o perspectivă comprehensivă asupra procesului de înființare a unei afaceri în România.

FORMELE JURIDICE ALE COMPANIILOR	CONDIȚII
Societate cu răspundere limitată (SRL)	Număr de asociați: Minim 1 asociat cu maxim 50; Capital (max/min): Fără capital minim; Răspunderea este limitată la valoarea investiției.
Societate pe acțiuni (SA)	Număr de asociați: Minim 2 acționari; Capital (max/min): Minim 90.000 RON; Răspunderea este limitată la valoarea investiției.
Societate în nume colectiv sau SNC (SNC)	Număr de asociați: Minim 2 asociați: Un asociat general și un comanditar; Capital (max/min): Fără capital minim; Răspundere nelimitată pentru parteneriat.
Societate în comandită simplă	Număr de asociați: Minim 2 asociați: un asociat general și un asociat comanditar; Capital (max/min): Fără capital minim.

Alte forme legale: Grup de interes economic; Societate și companie națională; Societate europeană Holding; Societate europeană constituită prin fuziune; Regie autonomă; Organizație cooperatistă de credit; Societate cooperativă de gradul I și gradul II; Cooperativă agricolă de gradul I, gradul II și gradul III; Societate cooperativă europeană; Cooperativă europeană constituită prin fuziune; Societate europeană – filială.

ETAPELE PRINCIPALE ALE PROCESULUI DE ÎNREGISTRARE A ÎNTREPRINDERILOR



• (selectare a cel puțin a 2 denumiri unice)

• Înregistrarea se face de către Oficiul Național al Registrului Comerțului (O.N.R.C.), instituție publică, în subordinea Ministerului Justiției, a cărei activitate este reglementată de prevederile Legii nr. 265/2022 privind registrul comerțului: <https://www.onrc.ro/index.php/ro/>

ACTE NECESARE (GENERALE):

- cererea completată;
- certificat de prezență a biroului/sediului;
- confirmare din partea băncii de deschidere a contului cu capital autorizat;
- statutul societății și certificatul de înregistrare a numelui;

- extras cu informații despre acțiunile fiecărui investitor;
- copiile cărților de identitate al acționarilor și directorului general.

LISTA TAXELOR PRINCIPALE:

- Cota standard de **impozitare a profitului companiei** - 16%;
- **Impozit alternativ pe cifra de afaceri**, pentru microîntreprinderi (cifra de afaceri < 1.000.000 EUR până la 31 decembrie a anului precedent): 1% pentru companiile care au cel puțin 1 angajat; 3% pentru companiile fără angajați (*Impozitul alternativ pe cifra de afaceri este obligatoriu, dar companiile pot opta pentru impozitul pe profit dacă capitalul subscris este mai mare de 45.000 lei și au cel puțin doi angajați*);
- **Taxa pentru reprezentanțe**: - impozit unic anual de 18.000 RON (aproximativ 3.700 EUR);
- **Impozit standard pentru persoane fizice**: - cota forfetară de 10%;
- **Taxă standard reținută la sursă**: - 16%.
- Impozit pentru **cluburi de noapte și cazinouri**: - 5% din veniturile totale sau 16% din profit, oricare dintre care este mai mare.
- **TVA standard** - 19 %; **Cote reduse de TVA** - **9%** (medicamente; băuturi alimentare; apa irigare agricultura; îngrășăminte; HORECA; panouri fotovoltaice; livrare de clădiri în condiții specificate de legislație, etc); **Cote reduse TVA** - **5%** (manuale școlare, cărți, ziare și reviste, cu excepția celor destinate publicității, servicii ce țin de accesul în muzee, lemn de foc, etc).
- **Contribuții sociale**:
 - **Angajator**: asigurări sociale (CAS) - 25% (aplicat salariului brut); asigurări sociale de sănătate (CASS) – 10 %;
 - **Angajat**: contribuție de asigurare pentru muncă 2,25% (aplicată la salariul brut).

TABEL 11. AUTORITĂȚI DE REGLEMENTARE ȘI SUPRAVEGHERE DE INTERES PUBLIC CONFORM SECTOARELOR ECONOMICE

SECTOR	DENUMIREA AUTORITĂȚII	PAGINĂ WEB
Concurență	Consiliul Concurenței	https://www.consiliulconcurentei.ro/
Fiscal	Agenția Națională de Administrare Fiscală	https://www.anaf.ro/
Vamal	Autoritatea Vamală	https://www.customs.ro/
Medicamente	Agenția medicamentelor și Dispozitivelor medicale	https://www.anm.ro/
Energie	Autoritatea Națională de Reglementare în Energie	https://spv.anre.ro/
Financiar	Autoritatea de Supraveghere Financiară	https://asfromania.ro/ro/
Sanitar-veterinar	Autoritatea Națională Sanitară Veterinară și pentru Siguranța Alimentelor (ANSVSA)	http://www.ansvsa.ro/ansvsa
Mediu	Agenția Națională pentru Protecția Mediului	http://www.anpm.ro
Transport	Autoritatea Rutieră Română	https://www.arr.ro/
Aviație	Autoritatea Aeronautică Civilă Română (AACR)	www.caa.ro
Naval	Autoritatea Navală	https://rma-ro.com/
Standarde	Organismul Național de Standardizare	https://www.asro.ro/
Metrologie	Biroul Român de Metrologie Legală	https://www.brml.ro/
Construcții	Inspectoratul de stat în construcții	https://isc.gov.ro/

PROGRAME DE SUPT PENTRU ANTREPRENORI:

- **Schema de Ajutor de Stat IMM INVEST PLUS 2023⁶:** Pentru depășirea dificultăților economice create de invazia Rusiei asupra Ucrainei, Guvernul României a aprobat prin OUG 99/2022 modificată prin OUG 180/2022, schema de ajutor de stat „**IMM INVEST PLUS 2023**” și componentele acesteia – „**IMM INVEST ROMÂNIA**”, „**AGRO IMM INVEST**”, „**IMM PROD, GARANT CONSTRUCT, INNOVATION**” și „**RURAL INVEST**”, prin care pot fi accesate ajutoare de stat sub forma de garanții pentru împrumuturi și sub forma de granturi.
- **Programul de susținere a întreprinderilor mici și mijlocii – IMM INVEST ROMANIA**, precum și pentru aprobarea Schemei de ajutor de stat pentru susținerea activității IMM-urilor în contextul crizei economice generate de pandemia COVID-1, cu modificările și completările ulterioare (O.U.G. 42/2020 pentru modificarea și completarea O.U.G. nr. 110/2017);
- **IMM PROD - pentru industrializarea economiei**, în vederea realizării obiectivelor specifice, se pot finanța următoarele activități:
 - **Achiziția de echipamente și utilaje**, inclusiv pentru reconversia de la intermediere la producție sau demararea de activități noi de producție;
 - **Construcția, achiziția, amenajarea de terenuri și hale destinate producției;**
 - **Achiziția de echipamente, softuri, consultanță pentru transformarea digitală a IMM-urilor**, inclusiv proiecte de **re tehnologizare pentru IMM-urile** care activează și dezvoltă proiecte în industria producătoare;
 - **Achiziția de echipamente** în vederea alinierii la obiectivele de mediu (taxonomy) care să genereze eficiența energetică consumului propriu, panouri solare, stații de biogaz, stații de reciclare;
 - **Finanțarea capitalului de lucru** pentru stocuri de materii prime, materiale și mărfuri (în cazul companiilor producătoare care dețin propriile lanțuri de distribuție) și pentru alte cheltuieli de exploatare, pentru firmele care intenționează să deschidă/dezvolte/diversifice activități de producție.
- **Programul GARANT CONSTRUCT** vizează asigurarea lichidităților și finanțării investițiilor pentru IMM-urile din sectorul construcțiilor implicate în proiecte privind îmbunătățirea eficienței energetice, investiții în domeniul energiei verzi și aliniere la obiectivele de mediu.
- **Programul Innovation** se implementează în vederea sprijinirii capacității de inovare, susținerii activităților la export ale IMM-ilor cu activitate în domeniul comerț și servicii, cu cifra de afaceri mai mică de 1 milion de euro, care activează în industria exportatoare, nepoluantă.
- **Programul Rural Invest** derulează prin Fondul de Garantare a Creditului Rural – FGCR, asigură accesul fermierilor la credite de investiții și credite pentru finanțarea activității curente, garantate de stat prin Ministerul Finanțelor. În cadrul acestui program sunt eligibile următoarele destinații ale finanțărilor aferente creditelor de investiții și capital de lucru: achiziția de terenuri agricole; dotare/re tehnologizare și automatizare; securitate energetică; certificate de depozit; piscicultura, acvacultura; industria alimentară; alinierea la obiectivele de mediu (taxonomy).
- **Digitalizarea IMM-urilor** – proiecte de finanțare pentru digitalizare de până la 100.000 de euro.
- **Programul național multianual de micro-industrializare:** Programul de micro-industrializare își propune să sprijine investițiile în sectoarele economice prioritare, precum și să faciliteze creșterea volumului de activitate și a competitivității IMM-urilor. De asemenea, inițiativa mai are drept obiectiv susținerea producției interne și promovarea conceptului „**Fabricat în România**”.
- **Programul Comerț&Servicii:** încurajare și stimulare a dezvoltării IMM-urilor care activează în sectorul de comercializare a produselor și serviciilor de piață și are drept obiectiv susținerea investițiilor, creșterea volumului de activitate și a competitivității acestor companii, precum și promovarea digitalizării și a transformării verzi a societăților românești care desfășoară activități de comerț intern și internațional.
- **Programul de accelerare a dezvoltării întreprinderilor mici și mijlocii:** susținerea investițiilor în sectoarele economice prioritare: 1 Construcții de clădiri; 63 Activități de servicii informatice; 74

⁶ <https://www.imminvest.ro/>; <https://proiecte.pnrr.gov.ro>.

Alte activități profesionale, științifice și tehnice; 79 Activități ale agențiilor turistice și a tur-operatorilor; alte servicii de rezervare și asistență turistică; 86 Activități referitoare la sănătatea umană.

- **Schemă de ajutor de stat pentru sprijinirea investițiilor în dezvoltare regională și crearea de locuri de muncă.** Schema de ajutor de stat a avut în vedere finanțarea sub formă de sume nerambursabile, în limita intensității maxime admise, a costurilor salariale, înregistrate pe o perioadă de 2 ani consecutivi, ca urmare a creării de minimum 100 de locuri de muncă determinate de realizarea unei investiții inițiale⁷.

GUVERNARE DIGITALĂ | În 2020, a fost creată Autoritatea pentru Digitalizare a României (ADR), din subordinea Ministerului Cercetării, Inovării și Digitalizării (MCID). ADR are ca scop accelerarea transformării digitale și stimularea creșterii societății informaționale. Funcțiile sale de bază implică coordonarea și gestionarea sistemelor informaționale care facilitează serviciile de guvernare electronică, cum ar fi Portalul de guvernare electronică și Sistemul electronic de achiziții publice. ADR are, de asemenea, sarcina de a eficientiza procedurile administrative pentru furnizorii de servicii și de a realiza interoperabilitatea atât la nivel național, cât și la nivel european.

În cadrul Sistemului Electronic Național (SEN), gestionat de ADR, pot fi accesate:

- informații, proceduri și servicii de asistență și de soluționare a problemelor pentru cetățeni și companii din Uniunea Europeană, în cadrul rețelei europene Single Digital Gateway – Portalul Digital Unic, găzduit de e-guvernare.ro;
- legăturile de contact ale principalelor instituții publice din România;
- registrul național al instituțiilor publice din România;
- legătura de contact pentru depunerea declarațiilor la ANAF;
- registrul furnizorilor acreditați de servicii de certificare pentru semnătura electronică.

E-COMERT | România are una dintre cele mai **importante economii digitale din regiunea Europei Centrale de Est**. Pandemia de coronavirus (COVID-19) a accelerat dezvoltarea comerțului electronic, a crescut esențial ponderea întreprinderilor care efectuează vânzări prin internet și canale online de livrare. România este a 47-a cea mai mare piață pentru comerțul electronic, cu un venit de cca 5.599,9 milioane USD în 2023. **Se preconizează o creștere continuă a acestei piețe la nivel de 12,7 % în perioada următoare, rezultând la volum estimat de 9.044,5 milioane USD până în 2027.** Cele mai considerabile sectoare reprezentate în totalul veniturilor din comerțul electronic cuprind: „Moda” - 41,5%; „Alimente & Produse de îngrijire personală” - 19,8%, „Electronice & Media” - 16,7%, „Jucării, Hobby & Meșterit” - 11,1% și „Mobilă” - 10,8%. Cel mai mare jucător de pe piața de „e-Commerce” din România este **”emag.ro”** (845,3 milioane USD în **2022**). Alți jucători importanți sunt: **Amazon.com, Inc., Fashion Days Shopping SRL, Altex România SRL, Zara USA, Inc și emag.ro (Dante International S.A.)**.

1.3. Participarea României în cadrul organizațiilor internaționale

La 14 decembrie 1955, Adunarea generală a Organizației Națiunilor Unite (ONU) a decis admiterea României ca membru al ONU. România susține eforturile vizând consolidarea Consiliului ONU pentru Drepturile Omului, care a fost înființat în 2006. De asemenea, România a deținut calitatea de membru al acestui organ din subordinea Adunării Generale în perioada 2007-2008, respectiv 2012-2014. România a fost aleasă pentru un nou mandat pentru perioada 2023-2025.

România a aderat la **Consiliul Europei** la data de 7 octombrie 1993. Aderarea la Consiliul Europei a constituit o etapă necesară în promovarea demersurilor României de aderare la **Uniunea Europeană (UE)** și la **Organizația Tratatului Nord-Atlantic (NATO)**.

⁷ HG nr. 332/2014 privind instituirea unei scheme de ajutor de stat pentru sprijinirea investițiilor care promovează dezvoltarea regională prin crearea de locuri de muncă, cu modificările și completările ulterioare.

România a început drumul către Uniunea Europeană la 1 februarie 1993, dată la care a fost semnat Acordul de Asociere la Uniunea Europeană. **România a devenit stat membru al Uniunii Europene la 1 ianuarie 2007.**

La 29 martie 2004, România a devenit membru al **Organizației Tratatului Atlanticului de Nord (NATO)**. România are o participare însemnată la diverse misiuni internaționale. Această participare este consonantă cu eforturile constante și abordările tradiționale de politică externă românească, care au în centru preocuparea și acțiunea concertată a comunității internaționale în vederea asigurării securității, stabilității și păcii, pre prevenirii conflictelor, soluționării lor prin mijloace pașnice și reconstrucției post-conflict. **Astfel, participă activ la Misiuni organizate sub egida ONU; NATO, PSAC (UE) și OSCE.**

România este membră a **Organizației Mondiale a Comerțului (OMC)** din 1 ianuarie 1995 și ca membră a **Acordului general asupra tarifelor și comerțului (GATT)** din 14 noiembrie 1971.

În **obiectiv major** al politicii externe române reprezintă aderarea la **OCDE**. La reuniunea ministerială a Consiliului OCDE din luna iunie 2022, a fost adoptată Foaia de Parcurs pentru România (cu alte patru state candidate – Brazilia, Bulgaria, Croația, Peru).

TABEL 12. LISTA ORGANIZAȚIILOR INTERNAȚIONALE ÎN CARE ROMÂNIA ARE CALITATE DE MEMBRU

ABREVIERE	DENUMIRE
UE	Uniunea Europeană
ADB	Grupul Australia
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
CBSSS (observator)	Consiliul Statelor Baltice
ECB	Banca Central Europeană
ESA	Agencia Spațială Europeană
FAO	Organizația pentru Alimentație și Agricultură
G-9	Grupul celor Nouă (G9) Alianța formată în 1965: Austria; Belgia, Bulgaria, Danemarca; Finlanda; Ungaria; Olanda; Romania; Suedia; Yugoslavia.
CERN	Organizația Internațională pentru Cercetări Nucleare
EAPC	Consiliul de Parteneriat Euro-Atlantic
ECE	Comisia Economică ONU pentru Europa
BEI	Banca Europeană de investiții
EBRD	Banca Europeană pentru Reconstrucție și Dezvoltare
ITUC	Confederația Mondială a Sindicatelor (FSM)
IAEA	Agencia Internațională pentru Energie Atomică
IBRD	Banca Internațională pentru Reconstrucție și Dezvoltare (BM)
ICC	Camera de Comerț Internațională
ICAO	Organizația Aviației Civile Internaționale
ICRM	Comitetul Internațional al Crucii Roșii
ICSID	Centrul Internațional pentru Soluționarea Litigiilor privind Investițiile
IPU	Uniunea Inter-Parlamentară
IDA	Asociația Internațională de Dezvoltare (BM)
IEA	Agencia 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
LAIA (observator)	Asociația de Integrare Latin Americână
MIGA	Agenția Multilaterală de Garantare a Investițiilor (BM)
MONUSCO	Misiunea de stabilizare ONU în Congo
NATO	Organizația Tratatului Atlanticului de Nord
NSG	Grupul de Furnizori Nuclearii
OIF	Organizația Internațională de Francofonie
OAS (observator),	Organizația Statelor Americane
OPCW	Organizația pentru interzicerea Armelor Chimice
OSCE	Organizația pentru Securitate și Cooperare din Europa
PCA	Curtea Permanentă de Arbitraj
SELEC	Centrul de aplicare a legii din Europa de Sud-Est
Uniunea Latină	Uniunea Latină (țările lumii ce vorbesc una dintre limbile romanice)
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
UNMIL	Misiunea de Securitate ONU
UNMISS	Misiunea ONU pentru Sudanul de Sus
UNOCI	Operațiunea ONU în Côte d'Ivoire
UNEP	Programa NU pentru Mediu
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
ZC	Comitetul Zanger (exportatori nucleari)

1.4. Clasamente internaționale: România vs. Republica Moldova

Scorul de libertate economică al României în **clasamentul Indicelui libertății economice 2023**, realizat de Heritage Foundation **este de 64,5**, plasând economia sa pe **locul 53** (scor cu 2,6 puncte mai slab în comparație cu 2022). Țara se află pe locul 30 din 44 de țări din regiunea Europei, iar scorul său general este mai mare decât media mondială.

Potrivit studiului de clasament, **economia românească este caracterizată cu o deschidere și flexibilitate substanțială**. Totodată sunt **evocate ca necesare reforme instituționale** mai profunde în domeniile precum **piața muncii și managementul finanțelor publice**. Se notifică că **sistemul judiciar rămâne ineficient și vulnerabil la interferența politică, iar corupția continuă să submineze dezvoltarea economică pe termen lung**. Aplicarea generală a principiilor statului de drept este relativ bine respectată în România, iar scorurile la categoriile „drepturi de proprietate”, „eficacitate judiciară” și „integritate guvernamentală” sunt peste media mondială.

Se indică se asemenea asupra celor mai mari cote de impozitare pentru persoane fizice și corporații care de 10 la sută și, respectiv, de 16 la sută. Povara fiscală este egală cu 14,3% din PIB. Cheltuielile guvernamentale pe trei ani și mediile soldului bugetar sunt, respectiv, de 36,7 la sută și, respectiv, -7,2 la sută din PIB. Datoria publică este egală cu 51,4% din PIB.

Tariful mediu ponderat în funcție de comerț (obișnuit între membrii UE) este de 3,2% și sunt în vigoare peste 600 de măsuri netarifare impuse de UE. În ciuda progreselor, sistemul de reglementare inegal tinde să împiedice investițiile străine mai dinamice. Sectorul financiar continuă să crească, impulsionat în principal de sectorul bancar⁸.

România ocupă **locul 47** dintre cele 132 de economii prezentate în clasamentul **ediției 2023 al Indicelui Global al Inovării (GII)**, de World Intellectual Property Organisation (WIPO), agenție a Națiunilor Unite cu un scor de 34,7.

TABEL 13. DATE COMPARATIVE ROMANIA – REPUBLICA MOLDOVA ÎN CLASAMENTUL GLOMAL AL INOVĂRII, DUPĂ CATEGORII, 2023

CATEGORII	ROMANIA		REPUBLICA MOLDOVA	
	scor	poziție	scor	poziție
Global Innovation Index	34,7	47	30,4	60
Instituții	47,6	70	39,4	96
Capital uman și cercetare	29,1	75	30,5	67
Infrastructură	54,5	34	37,5	75
Sofisticarea pieții	32,8	75	32,4	76
Sofisticarea businessului	32,1	51	21,3	101
Cunoștințe și tehnologii (outputs)	33,3	35	23,8	60
Creativitate (outputs)	26,9	58	33,2	42

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

TABEL 14. SCORUL ROMÂNIEI LA UNELE SUBCATEGORII CONFORM GII

	SCOR	POZIȚIE
Politici pentru desfășurarea afacerilor	32,2	102
Stabilitatea operațională pentru business	55,6	56
Statul de drept	51,7	46
Eficiența guvernării	33,2	79
Calitatea reglementării	50,1	55
Politici și cultură antreprenoriale	13,7	76
Servicii guvernamentale online	64,8	69
E-participare	61,6	54
Performanță logistică	50,0	50
Importuri de servicii TIC, % comerț total	2,9	18
Manufactură "High-tech"	43,8	21
Productivitatea muncii	3,3	10
Producere și complexitatea exporturilor	79,2	12
Exporturi de servicii culturale și creative, % comerț total	1,8	12

⁸ <https://www.heritage.org/index/country/romania>

TABEL 15. POZIȚIA ÎN CLASAMENTELE INTERNAȚIONALE RELEVANTE DOMENIULUI ECONOMIC ROMANIA VERSUS REPUBLICA MOLDOVA

CLASAMENT	ANUL	SCORE/RANK		SURSA	
		Romania	Moldova		
TI-Indicele de percepție a corupției (180 țări)	2023	46/63	42/76	https://www.transparency.org/en/cpi/2023/index/	
Indicele global al inovării (132 țări)	2023	34,7/47	30,4/60	https://www.globalinnovationindex.org/analysis-indicator	
Indicele complexității economice (160 țări)	2021			https://oec.world/en/rankings/eci/hs6/hs96	
		<i>Comerț:</i>	26		65
		<i>Tehnologii:</i>	42		58
		<i>Cercetare</i>	73	105	
Indicele libertății economice (176 țări)	2023	64,5/53	56,9/96	https://www.heritage.org/index/	
Indicele Performanței Logistice, BM (comerț), (139 țări)	2023	3,2/51	2,5/97	https://lpi.worldbank.org/international/global	

2. COMERȚUL INTERNAȚIONAL AL ROMÂNIEI

Valoarea exporturilor de mărfuri din România a totalizat 96 miliarde dolari în 2022, în creștere cu 8,43 miliarde dolari (9,54%). Valoarea importurilor de mărfuri în România a totalizat 132 miliarde dolari în 2022. Importurile de mărfuri în România au crescut cu 16,2 miliarde dolari (14%) față de 2021.

TABEL 16. EXPORTURILE ȘI IMPORTURILE ROMÂNIEI, 2018-2022DA

CATEGORIE	INDICATOR	2018	2019	2020	2021	2022
Export	valoare	80,077	77,298	71,046	88,389	96,8
	% creștere A/A	13.38	-3.47	-8.08	24.41	9.54
Import	valoare	97,877	96,644	92,056	116,401	132,7
	% creștere A/A	14.72	-1.26	-4.74	26.44	14.00

SURSA: [HTTPS://TREND ECONOMY.COM](https://TREND ECONOMY.COM)

Potrivit raportului "World Trade Statistical review 2023", în anul 2022, România s-a clasat pe poziția 37 la nivel global în ceea ce privește importurile, cu o valoare totală de 132 miliarde USD și o cotă de piață de 0,5%. În același timp, în ceea ce privește exporturile, țara s-a situat pe locul 43 la nivel mondial, cu exporturi în valoare de 97 miliarde USD și o cotă de piață de 0,4%.

TABEL 17. CLASAMENT GLOBAL AL ROMÂNIEI DUPĂ ACTIVITATEA DE IMPORT/EXPORT, 2022

CATEGORIE	POZIȚIE ÎN LUME	VALOARE (MLRD. USD)	COTĂ %
Import	37	132	0,5
Export	43	97	0,4

SURSA: ORGANIZAȚIA MONDIALĂ A COMERȚULUI, WORLD TRADE STATISTICAL REVIEW 2023, DISPONIBIL LA [HTTPS://WWW.WTO.ORG/ENGLISH/RES_E/BOOKSP_E/WTSR_2023_E.PDF](https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/wtsr_2023_e.pdf)

Cu referire la statistica comerțului internațional al României pentru anul 2023, necesită menționat faptul că, România a încheiat anul 2023 cu un **deficit comercial de 28,9 miliarde euro**, înregistrând o scădere cu **15,1% față de anul anterior**. Astfel, **exporturile au înregistrat o creștere de 1,3% an/an**, în timp ce **importurile au înregistrat o scădere cu 3,2%**, conform datelor publicate de Institutul Național de Statistică (INS)⁹.

Valoric, exporturile au totalizat 93 miliarde euro, în timp ce importurile au însumat 122 miliarde euro. În luna decembrie 2023, exporturile au însumat 6,14 miliarde euro, înregistrând o scădere cu 8,3% an/an, în timp ce importurile au însumat 9,5 miliarde euro, fiind mai mici cu 2,2%. Aceste cifre au condus la un deficit de 3,42 miliarde euro în aceea lună.

În 2023, ponderi importante în structura exporturilor și importurilor sunt deținute de mașini și echipamente de transport, reprezentând 44,8% la export și 36,8% la import, respectiv alte produse manufacturate, cu o pondere de 29,8% la export și 28,7% la import.

⁹ Institutul Național de Statistică, statistica comerțului internațional, 2023, disponibil la: <https://insse.ro/cms/ro/content/comer%C8%9Bul-interna%C8%9Bional-cu-bunuri-al-rom%C3%A2niei-date-estimate-107>

2.1. Exporturile României

În anul 2022 România a exportat mărfuri în valoare de **96,8 miliarde de dolari**. Peste 2/3 (68,9%) din produsele exportate din România au fost cu destinație: **Germania (19,8%), Italia (10,1%), Ungaria (7,3%), Franța (6%), Bulgaria (3,9%), Polonia (3,8%), Țările de Jos (3,5%), Spania (3,11%), Turcia (3,08%), Cehia (2,89%), Regatul Unit (2,88%), SUA (2,5%)**.

Din perspectivă continentală: 83,4% - UE; 10% - Asia, 3,1% - Africa, 3% - America de Nord; 0,4% - America Latină, cu excepția Mexicului, dar incluzând Caraibe; 0,1% - Oceania, conduse de Australia și Noua Zeelandă.

Top 10 exporturi ale României au reprezentat mai mult de două treimi (69,2%) din valoarea totală a livrărilor sale globale.

Cele mai rapide creșteri, comparativ cu anul precedent (2021), au fost înregistrate la categoriile „combustibili minerali, inclusiv petrol” - cu 138,8%; „articolele din fier sau oțel” - cu 14%; „articole din cauciuc” - cu 12,5%.

La nivelul de cod al Sistemului Tarifar Armonizat din 4 cifre mai detaliat, cele mai valoroase produse românești de export au fost „piesele sau accesoriile auto” - 6,9%; „mașini” - 6,4%, „sârmă sau cablu izolat” - 4,3%, „petrol prelucrat”, „uleiuri” - 3,8%, „plăci sau panouri electrice și optice” - 3,3%, „cauciucuri noi” - 2,3%, „grâu” - 2,2%, „porumb” - 2,1%, „energie electrică” - 1,9%, „gaze petroliere” (1,6%).

TABEL 18. PRINCIPALELE CATEGORII DE PRODUSE EXPORTATE DE ROMÂNIA ÎN ANUL 2022

CATEGORII PRODUSE	VALOAREA, MLRD USD	COTA ÎN EXPORTURILE TOTALE, %
Mașini electrice, echipamente	15,9	16,4
Vehicule	13,8	14,2
Mașini, inclusiv computere	9,5	9,8
Combustibili minerali, inclusiv petrol	7,4	7,6
Cereale	4,6	4,7
Fier, oțel	3,5	3,6
Cauciuc, articole din cauciuc	3,2	3,3
Articole din fier sau oțel	3,13	3,2
Mobilier, lenjerie de pat, iluminat, semne, clădiri prefabricate	3,06	3,2
Aparate optice, tehnice, medicale	2,9	3%

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

Următoarele tipuri de produse de export au reprezentat exporturi nete:

A. POZITIVE (excedent al balanței comerciale):

PRODUSE	EXPORTURI NETE POZITIVE A.2022, MLRD. USD,	% FAȚĂ DE 2021
Cereale:	3,6	1,3
Vehicule	2,7	6,2
Lemn	1,32	7,4
Mobilier, lenjerie de pat, iluminat, semne, clădiri prefabricate	1,28	2,5
Tutun	1,1	-4,1
Semințe oleaginoase	979,6 (mln)	-16,7
Cauciuc, articole din cauciuc	877,6 (mln)	15,7
Nave, bărci	516,2 (mln)	-33,4
Îmbrăcăminte, accesorii (nu tricotate sau croșetate)	336,7	-2,3
Animale vii	306,1 (mln)	-15,7

B. NEGATIVE (deficit al balanței comerciale):

PRODUSE	EXPORTURI NETE NEGATIVE A.2022, MLRD. USD,	% FAȚĂ DE 2021
Combustibili minerali, inclusiv petrol	-8,8	54,4
Materiale plastice, articole din plastic	-3,9	0,1
Mașini, inclusiv computere	-3,8	0,2
Produse farmaceutice	-3,7	0,9
Mașini electrice, echipamente	-3	87,6
Alte produse chimice	-2	7,7
Îngrășămintele	-1,9	111,7
Fier, oțel	-1,7	141,2
Produse chimice organice	-1,4	26,1
Carne	-1	17,4

Exporturile nete reflectă suma cu care cheltuielile străine pentru bunurile sau serviciile unei țări de origine depășesc sau sunt în decalaj față de cheltuielile țării de origine pentru bunuri sau servicii străine.

2.2. Importurile României

Importurile reprezintă un aspect vital al economiei României, contribuind în mod semnificativ la diversificarea și susținerea activității comerciale la nivel național și internațional. În contextul globalizării și al interconectivității economice, România menține relații comerciale solide cu diverse țări din întreaga lume. Analizând datele recente, putem observa că țările partenere principale în importurile românești sunt reprezentate de o varietate de state, cu Germania și Italia în frunte. De asemenea, trebuie subliniată importanța colaborării comerciale cu Republica Moldova, care ocupă o poziție semnificativă în rândul partenerilor comerciali ai României, contribuind la consolidarea și diversificarea fluxurilor de importuri.

TABEL 19. TOP 10 IMPORTATORI AI ROMÂNIEI, 2022

ȚĂRI	VALOARE, MLRD USD	% ÎN IMPORTURILOR	TOTALUL
Germania	23	17,7	
Italia	10,8	8,19	
Bulgaria	9,36	7,05	
Ungaria	8,65	6,51	
Polonia	7,87	5,93	
Turcia	7,4	5,58	
China	6,81	5,13	
Rusia	5,75	4,34	
Olanda	5,32	4,01	
Franța	5,15	3,88	
Moldova (poziția a 13-a)	2.38	2.5	

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

Principalele importuri, la nivelul de **4 cifre a HTS**, în anul 2022 au reprezentat următoarele categorii:

- **2709** - Uleiuri petroliere și uleiuri obținute din minerale bituminoase, brut - **4,44% (5,9 miliarde dolari SUA)**;
- **8708** - Piese și accesorii pentru autovehicule de la pozițiile 87.01 până la 87.05 - **3,53% (4,69 miliarde dolari SUA)**;
- **2711** - Gaze petroliere și alte hidrocarburi gazoase - **2,74% (3,64 miliarde dolari SUA)**;
- **3004** - Medicamente (cu excepția mărfurilor de la pozițiile 30.02, 30.05 sau 30.06) constând în produse amestecate sau neamestecate pentru uz terapeutic sau profilactic, prezentate în doze măsurate (inclusiv cele sub formă de sisteme de administrare transdermică) în forme sau ambalaje pentru vânzarea cu amănuntul - **2,7% (3,58 miliarde dolari SUA)**;

- **8703** - Autoturisme și alte autovehicule concepute în principal pentru transportul de persoane (altele decât cele de la poziția 87.02), inclusiv break și mașini de curse - **2,59% (3,44 miliarde dolari SUA)**;
- **2710** - Uleiuri din petrol 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 - **2,27% (3,02 miliarde dolari SUA)**;
- **2716** - Energie electrică. (titlu optional) - **1,96% (2,61 miliarde dolari SUA)**;
- **8517** - Aparatură electrică pentru telefonie de linie sau telegrafie de linie, inclusiv telefoane de linie cu receptoare fără fir și aparate de telecomunicații pentru sisteme de linie cu curent purtător sau pentru sisteme de linie digitală; videofoane - **1,86% (2,47 miliarde dolari SUA)**;
- **8542** - Circuite electronice integrate și microansambluri - **1,81% (2,4 miliarde dolari SUA)**;
- **8544** - Sârmă, cablu (inclusiv cablu coaxial) și alți conductori electrici izolați (inclusiv emailat sau anodizat), chiar și cu conectori; cabluri de fibre optice, alcătuite din fibre învelite individual, chiar asamblate cu conductori electrici sau prevăzute cu conectori - **1,55% (2,06 miliarde dolari SUA)**.

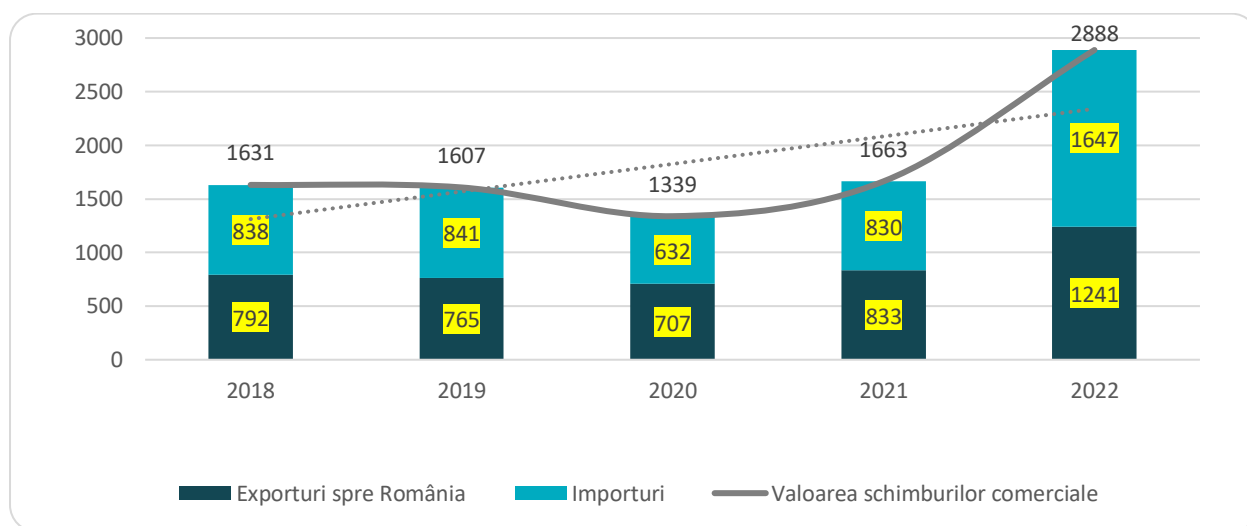
Cele mai mari surplusuri în importurile nete ale României în a. 2022, au fost cu următoarele țări: Regatul Unit - 1,6 mlrd dolari SUA; **Moldova - 1,2 mlrd** dolari SUA; SUA - 997,4 mil. dolari SUA; Franța - 660 mil. dolari SUA; Israel - 605,2 mil. dolari SUA; Iordania - 599,8 mil dolari SUA; Japonia - 418 mil. dolari SUA; Serbia - 400,8 mil. dolari SUA; Maroc - 387,9 mil. dolari SUA.

3. COMERȚUL EXTERIOR AL REPUBLICII MOLDOVA CU ROMÂNIA

3.1. Volumul comerțului exterior al Republicii Moldova cu România

România – cel mai important partener comercial al Republicii Moldova. Schimburile comerciale totale ale Republicii Moldova cu România au înglobat circa 2,9 mild. dolari SUA în 2022, înregistrându-se în general o tendință de creștere a intensității relațiilor economice bilaterale (de 1,8 ori comparativ cu anul 2018). Excepție este anul 2020, când economia națională și globală a fost afectate de criza pandemică. Anul 2022 a fost cel mai favorabil din punct de vedere a relațiilor moldo-române, în pofida dezechilibrelor comerciale create de războiul din regiune provocat de Federația Rusă în Ucraina.

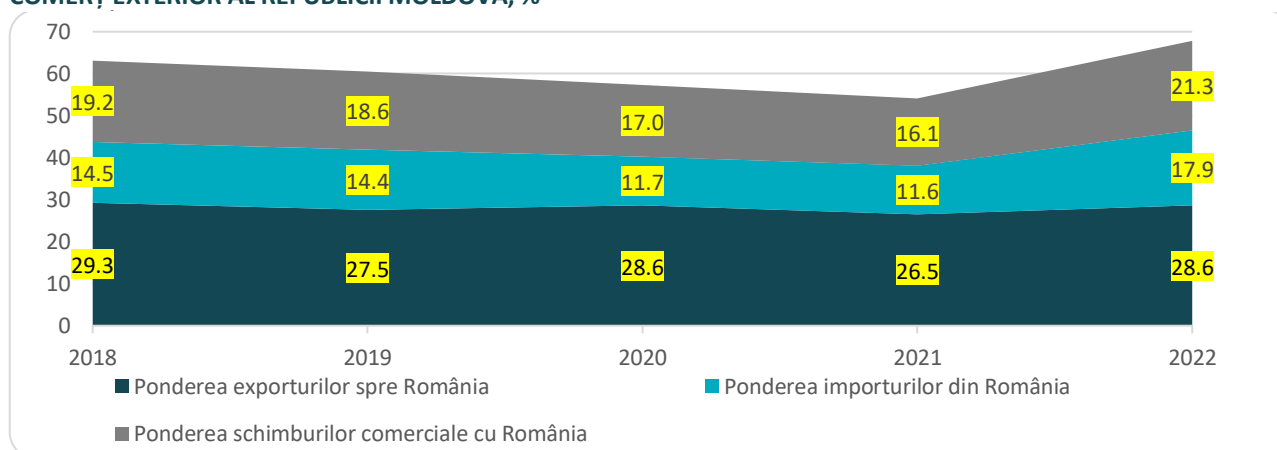
FIGURĂ 2. VOLUMUL COMERȚULUI EXTERIOR AL REPUBLICII MOLDOVA CU ROMÂNIA, MIL. DOLARI SUA



SURSA: BIROUL NAȚIONAL DE STATISTICĂ

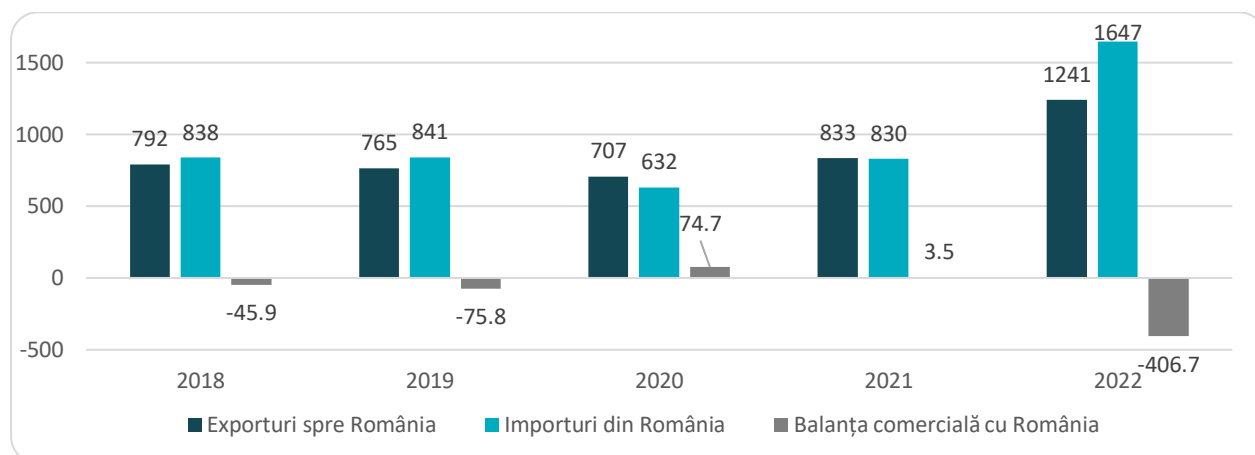
Ponderea comerțului exterior cu România în volumul comerțului exterior total al Republicii Moldova a ajuns la circa 21% în anul 2022, reprezentând o creștere de peste 5 p.p. față de anul precedent. (Figura 3).

FIGURĂ 3. PONDEREA VOLUMULUI COMERȚULUI EXTERIOR AL REPUBLICII MOLDOVA CU ROMÂNIA ÎN TOTAL COMERȚ EXTERIOR AL REPUBLICII MOLDOVA, %



Balanța comercială a Republicii Moldova cu România este în general în defavoarea Republicii Moldova, datorită volumului superior al importurilor comparativ cu exporturile. În perioada 2018-2022 deficitul balanței comerciale a oscilat între -407 mil. dolari și +75 mil. dolari (Figura 3). În 2022, din cauza creșterii importurilor cu un ritm semnificativ mai mare (de aproape 2 ori) comparativ cu cel al exporturilor (+49%), a fost înregistrat un sold negativ al balanței comerciale de -407 mil.-dolari SUA.

FIGURĂ 4. COMERȚUL EXTERIOR AL REPUBLICII MOLDOVA CU ROMÂNIA, MIL. DOLARI SUA



SURSA: BIROUL NAȚIONAL DE STATISTICĂ

În **ianuarie – noiembrie 2023**, România s-a clasat pe **locul 1 printre partenerii comerciali ai Republicii Moldova la nivel mondial**, cu o pondere de **21,5% din valoarea comerțului total**.

Valoarea comerțului exterior al Republicii Moldova cu România a înregistrat suma de **2,5 mlrd. USD**. Comparativ cu aceeași perioadă a anului 2022, valoarea comerțului bilateral s-a redus cu 5,8% sau cu 152,7 mln. USD, urmare descreșterii volumului importului de mărfuri românești, cu 21% sau 315,8 mln. USD. **Soldul a constituit – 123,5 mln. USD, în favoarea Republicii Moldova.**

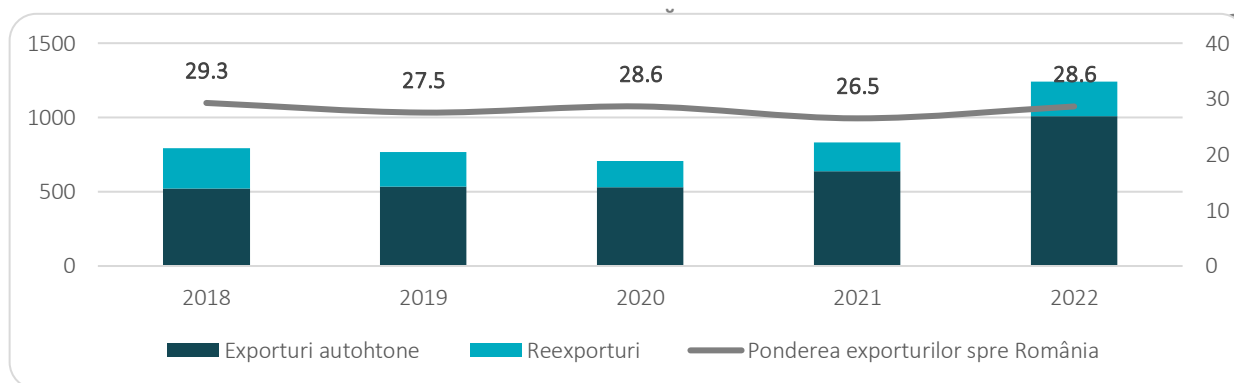
TABEL 20. EVOLUȚIA SCHIMBURILOR COMERCIALE ÎNTRE MOLDOVA ȘI ROMÂNIA ÎN IANUARIE-NOIEMBRIE 2020-2023

	11 LUNI 2020 MIL. DOLARI SUA	11 LUNI 2021 MIL. DOLARI SUA	11 LUNI 2022 MIL. DOLARI SUA	11 LUNI 2023 MIL. DOLARI SUA	DINAMICA 2023/2022 %
Total	1 211,49	1 507,67	2 645,05	2 492,34	-5,8
Export	642,82	751,58	1 144,82	1 307,89	+14,2
Import	568,67	756,09	1 500,23	1 184,44	-21,0
Sold	+74,15	-4,51	-355,41	+123,45	

3.2. Exporturile Republicii Moldova spre România

Exporturile Republicii Moldova spre România înregistrează o tendință de creștere (Figura 6). Exporturile moldovenești în România în anul 2022 au constituit 1,2 mild. dolari SUA, în creștere cu 57% față de 2018. Trendul exporturilor a fost influențat de perioada pandemiei pe fondul diminuării cererii și restricțiilor comerciale impuse. Raportat la volumul exportului național, exporturile spre România dețin o pondere însemnată, variind între 26,5% și 29,3% în perioada 2018-2022, România fiind cel mai important partener comercial al țării noastre (Figura 5). În pofida contextului regional complicat influențat de războiul din Ucraina, în anul 2022 exporturile spre România s-au majorat cu 49% față de anul 2021. Facilitățile prevăzute de Zona de liber schimb aprofundată și cuprinzătoare (DCFTA), parte integrantă a Acordului de asociere cu Uniunea Europeană, cererea pozitivă din partea României pentru producția agricolă și rezultatul foarte bun al sectorului agricol din anul 2021 sunt factorii de bază care au favorizat creșterea exporturilor spre România în anul 2022.

FIGURĂ 5. EVOLUȚIA EXPORTURILOR SPRE ROMÂNIA (MIL. DOLARI SUA), ȘI PONDEREA ÎN TOTAL EXPORTURI (%), ÎN ANII 2018-2022



SURSA: BIROUL NAȚIONAL DE STATISTICĂ

Exporturile autohtone (cu excluderea reexporturilor) ale Republicii Moldova spre România sunt în continuă creștere. În anul 2022 exporturile autohtone au constituit **1 mild. dolari** și au înregistrat o creștere de aproape 2 ori față de anul 2018. Astfel, **ponderea exporturilor autohtone s-a majorat de la 66% în anul 2018 până la 81% în anul 2022 în valoarea exportului total destinat României.**

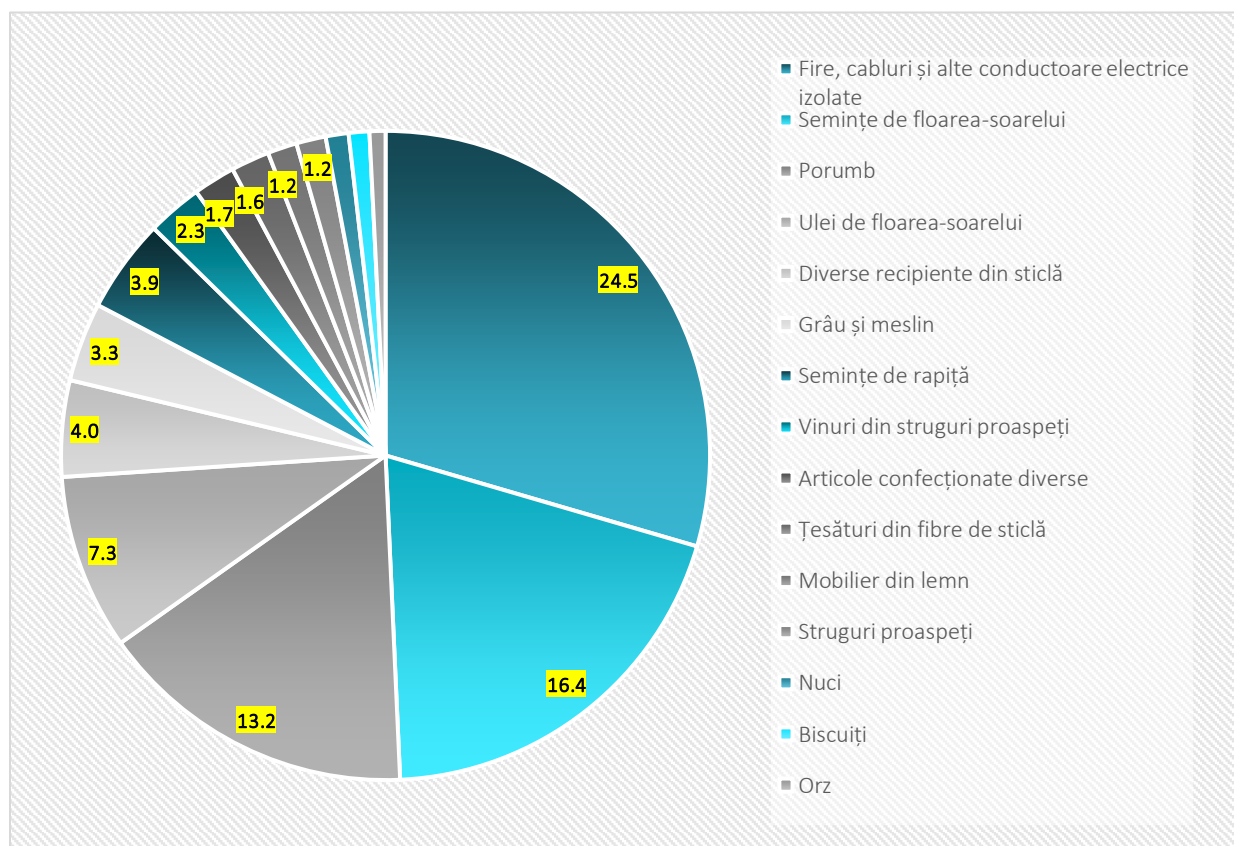
Exporturile spre România constau în general din produse agricole primare, produse ale industriei componentelor auto, industriei alimentare și băuturilor, precum și unele produse ale industriei ușoare. În același timp, exporturile direcționate spre România sunt relativ puțin diversificate. **Peste jumătate din totalul exporturilor** spre această țară sunt formate din **3 poziții: fire, cabluri și alte conductoare electrice izolate, semințe (de floarea soarelui și de rapiță) și cereale** (porumb, grâu, orz) - **produse agricole primare, cu valoare adăugată scăzută pentru economie.**

Principalele produse exportate de producătorii moldoveni în 2022 în România sunt:

- **Componente auto** (fire, cabluri și alte conductoare electrice izolate), în valoare de **247 mil. dolari SUA**, ceea ce constituie **24,5% din volumul exportat spre România, fiind în creștere cu 26% față de anul 2018;**
- **Semințe de floarea soarelui**, în valoare de circa **166 mil. dolari SUA (16,4%)**, în creștere de **2,2 ori;**
- **Porumb**, în valoare de **133 mil. dolari SUA (13,2%)**, comparativ cu **7,2 mil. dolari SUA în anul 2018**, fapt ce sugerează că exportul de porumb a înregistrat o creștere record de **18,3 ori;**

- **Ulei de floarea-soarelui**, în valoare de **73 mil. dolari SUA (7,3%)**, în creștere de circa **30 ori**. Această evoluție se datorează în cea mai mare parte anului 2022, care a fost deosebit de bun pentru ramura de fabricare a uleiurilor vegetale, stimulată de roada bună de semințe de floarea soarelui înregistrată în anul precedent 2021 și de importul de materie primă la un preț avantajos;
- **Recipiente din sticlă** (damigene, sticle, baloane, borcane, căni, ambalaje tubulare, fiole etc.), în valoare de **40 mil. dolari SUA (4%)**, în creștere de **1,9 ori**;
- **Semințe de rapiță**, în valoare de **39 mil. dolari SUA (3,9%)**, în creștere de **1,6 ori**;
- **Grâu**, în valoare de **33 mil. dolari SUA (3,3%)**, în creștere de **3,4 ori**;
- **Vinuri din struguri proaspeți**, în valoare de **23 mil. dolari SUA (2,3%)**, în creștere de **2 ori**;
- **Articole confecționate diverse**, în valoare de **18 mil. dolari SUA (1,7%)**, comparativ cu **3 mii dolari SUA în anul 2018**;
- **Țesături din fibre de sticlă**, în valoare de **16 mil. dolari SUA (1,6%)**, în creștere de **2 ori**;
- **Mobilier din lemn** (de tipul celui utilizat în dormitoare), în valoare de **12 mil. dolari SUA (1,2%)**, în creștere de **1,6 ori**;
- **Struguri proaspeți**, în valoare de **12 mil. dolari SUA (1,2%)**, în creștere cu **19%**;
- **Nuci**, în valoare de **10 mil. dolari SUA (0,9%)**, în creștere de **3 ori**;
- **Biscuiți**, în valoare de **9 mil. dolari SUA (0,9%)**, în creștere cu **21%**;
- **Orz**, în valoare de **7 mil. dolari SUA (0,7%)**, în creștere de **26 ori**.

FIGURA 6. TOP PRODDUSE EXPORTATE DE REPUBLICA MOLDOVA SPRE ROMÂNIA, 2022



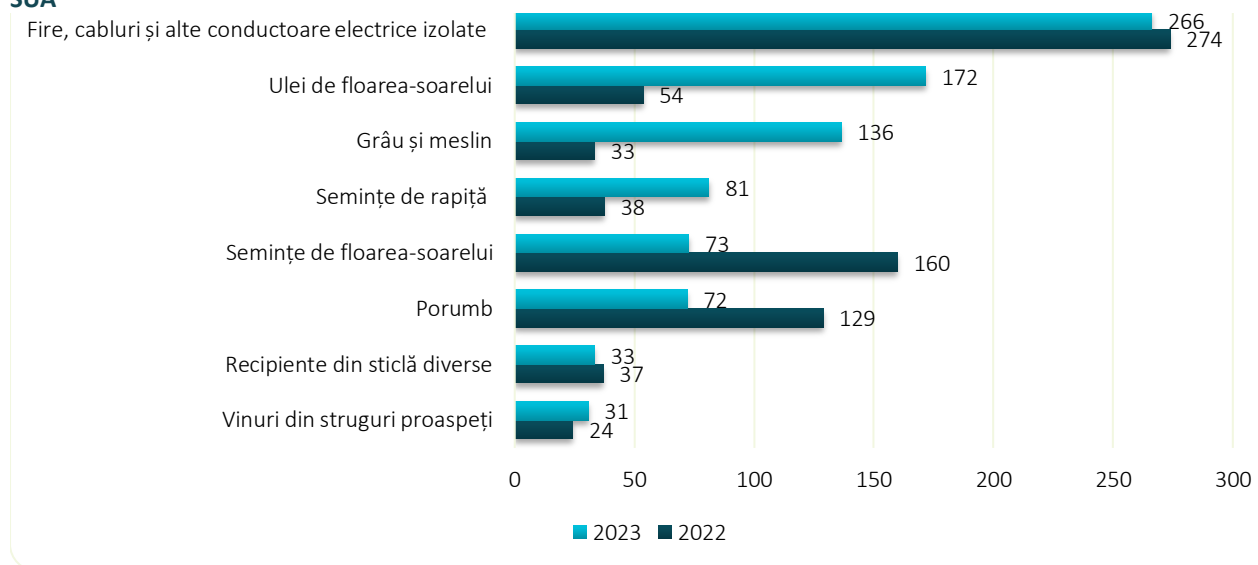
SURSA: GLOBAL TRADE HELPDESK, WWW.INTRACEN.ORG

Tendința pozitivă de creștere a exporturilor spre România se menține și în anul 2023. În ianuarie-noiembrie 2023 producătorii autohtoni au exportat în România mărfuri în valoare de 1,3 mild. dolari (35% din exporturile naționale), în creștere cu 14,2% față de perioada similară din anul 2022.

În **structura exporturilor** spre țara vecină **predomină aceleași produse** ca în anii precedenți. Ponderea cea mai mare (20,4%) revine în continuare exportului de *componente auto* (fire, cabluri și alte conductoare electrice izolate), acestea înregistrând o scădere de 2,7% față de ianuarie-noiembrie 2022. **Exportul de ulei de semințe de floarea-soarelui** a format 13,1% din valoarea totală a exporturilor spre România, iar cantitatea acestora în perioada vizată s-a majorat de circa 4,9 ori! Exportul de grâu a crescut semnificativ (de circa 4 ori), contribuind cu o pondere de 10,4% în valoarea totală a exportului spre România. Cu o pondere de 6,2%, exportul de semințe de rapiță a crescut de circa 2 ori.

Totodată, s-a diminuat exporturile de *semințe de floarea soarelui* cu 55% și de porumb – cu 44% comparativ cu ianuarie-noiembrie 2022.

FIGURĂ 7. PRINCIPALELE PRODUSE EXPORTATE ÎN ROMANIA ÎN IANUARIE -NOIMBRIE 2022 ȘI 2023, MIL. DOLARI SUA



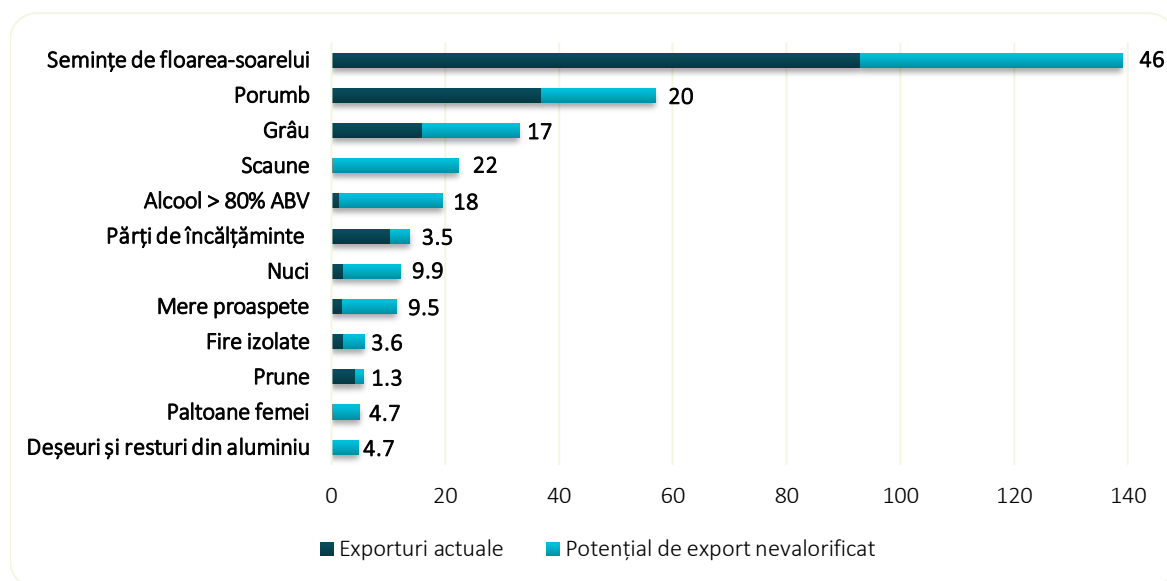
SURSA: BIROUL NAȚIONAL DE STATISTICĂ

POTENȚIALUL DE EXPORT SPRE ROMÂNIA | Potrivit metodologiei de estimare a potențialului de export a Centrului Internațional de Comerț (International Trade Center), produsele cu cel mai mare potențial de export din Republica Moldova către România sunt:

- **semințele de floarea-soarelui (export potențial – 139 mil. dolari SUA**, în timp ce exporturile actuale constituie 93 mil. dolari, iar **potențialul nevalorificat – 46 mil. dolari**, clasându-se pe locul I după valoarea exporturilor potențiale nevalorificate (Figura 8);
- **porumb (export potențial – 57 mil. dolari SUA**, exporturile actuale - 37 mil. dolari, **potențialul nevalorificat – 20 mil. dolari**);
- **grâul (export potențial – 33 mil. dolari SUA**, exporturile actuale - 16 mil. dolari, **potențialul nevalorificat – 17 mil. dolari**);
- **scaune (export potențial – 23 mil. dolari SUA**, exporturile actuale – 0,4 mil. dolari, **potențialul nevalorificat – 22 mil. dolari**);
- **alcool etilic nedenaturat cu titru alcoolic în volum de minim 80% vol. (export potențial – 19 mil. dolari SUA**, exporturile actuale – 1,5 mil. dolari, **potențialul nevalorificat – 18 mil. dolari**).

Potrivit aceleiași surse, cele mai bune opțiuni de diversificare a exporturilor în România sunt unele **articole de îmbrăcăminte (lenjerie de corp, ciorapi din bumbac etc.)**, **legume proaspete, în special ardei iuți din specia Capsicum sau Pimenta**. Pentru Republica Moldova cel mai ușor de accesat sunt articolele de îmbrăcăminte precum jachete pentru femei din fibre sintetice, tricotate/croșetate.

FIGURĂ 8. POTENȚIALUL DE EXPORT SPRE ROMÂNIA NEVALORIFICAT DE PRODUCĂTORII AUTOHTONI, MIL.DOLARI SUA



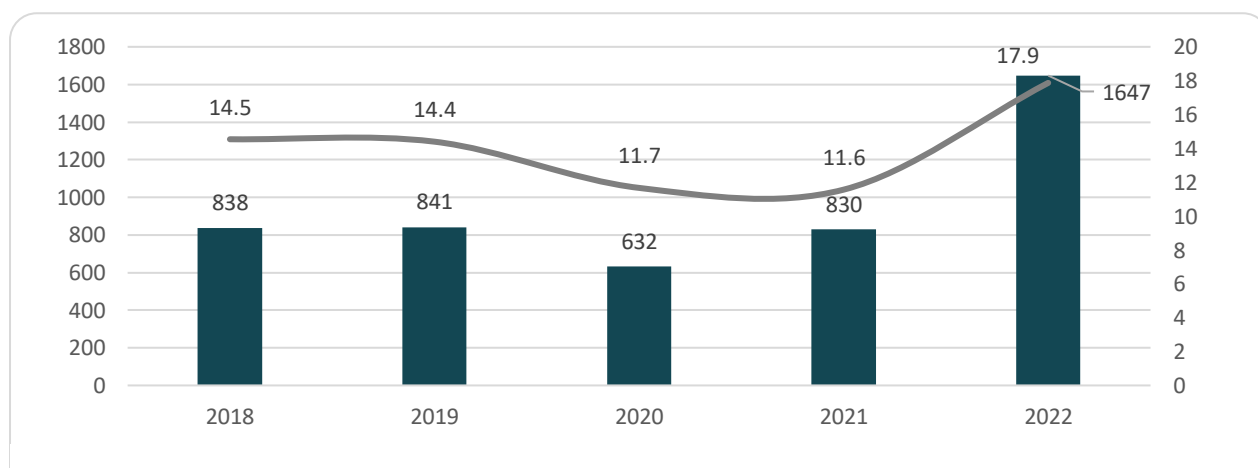
SURSA: INTERNATIONAL TRADE CENTER WWW.INTRACEN.ORG

3.3. Importurile Republicii Moldova din România

Gradul de dependență a Republicii Moldova de piața României este mare. În 2022 aproape 18% din importurile Republicii Moldova au reprezentat produsele intrate din România, ajungând la un volum de circa 1,6 mild. dolari SUA (Figura 9).

În toată perioada 2018-2022, importurile au înregistrat o evoluție variabilă fiind influențate puternic de criza pandemică și de războiul din țara vecină provocat de Federația Rusă. Astfel, în anul pandemic 2020, în condițiile măsurilor restrictive impuse care au diminuat cererea internă, volumul importurilor a scăzut până la 632 mil. dolari SUA, sau cu 25% comparativ cu anul precedent. Totodată, în anul 2022, în condițiile dezechilibrelor comerciale provocate de războiul din regiune, importurile din România au înregistrat o creștere dublă, mărfurile importate tradițional de pe piețele din estul țării fiind înlocuite preponderent cu cele importate de pe piețele din vest, România fiind principala țară beneficiară.

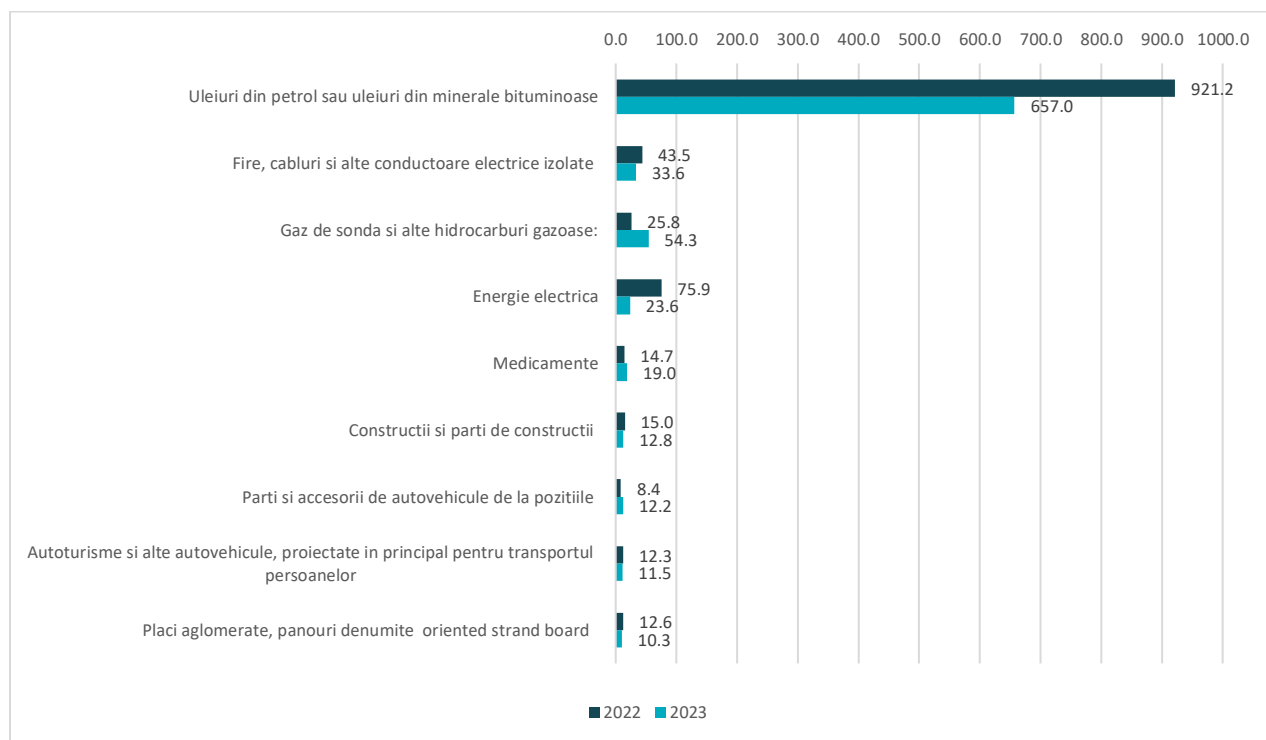
FIGURĂ 9. EVOLUȚIA IMPORTURILOR DIN ROMÂNIA (MIL. DOLARI SUA) ȘI PONDERA ÎN TOTAL IMPORTURI (%), ÎN ANII 2018-2022



SURSA: BIROUL NAȚIONAL DE STATISTICĂ

În ianuarie-noiembrie 2023, conform ultimelor date disponibile, importurile din România au înregistrat cumulativ o scădere de 21%. Această diminuare este explicată de factorul statistic – evoluțiile înalte ale importurilor din 2022 determinate de dezechilibrele comerciale cauzate de războiul din Ucraina, inclusiv de criza energetică. Au scăzut în special importurile de uleiuri de petrol sau uleiuri din minerale bituminoase (-29%), de fibre și cabluri (-23%), energie electrică (de 3 ori).

FIGURĂ 10. PRINCIPALELE PRODUSE IMPORTATE DIN ROMÂNIA, SUB ASPECT COMPARATIV 2022-2023, MIL. DOLARI SUA



SURSA: BIROUL NAȚIONAL DE STATISTICĂ

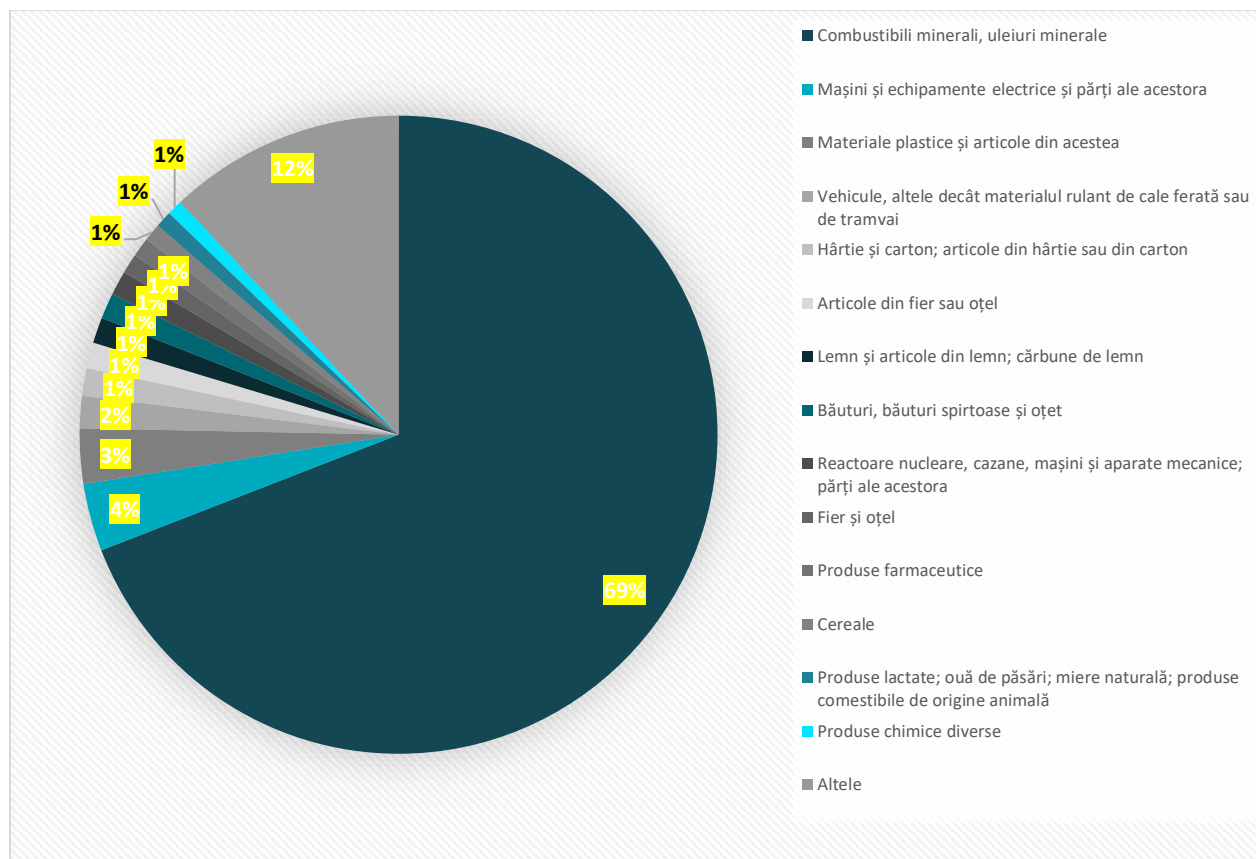
Republica Moldova reprezintă o piață relativ importantă pentru România. Cel mai important partener comercial al României este Germania, spre care sunt direcționate 20% din exporturile României, după care urmează Italia cu o pondere de 10%, Ungaria – 7%, Franța – 6%, Bulgaria – 4%. Exportul spre Republica Moldova deține o cotă de 2%, clasându-se pe locul **13** în lista țărilor partenere.

Exporturile României sunt destul de diversificate. Pozițiile cele mai importante sunt ocupate de produse ale industriei constructoare de mașini: mașini și echipamente electrice și părți ale acestora (16%), vehicule și părți ale acestora (14%), Reactoare nucleare, cazane, mașini și aparate mecanice (10%). În același timp, în proporție de 8% exporturile României sunt formate din combustibili minerali, uleiuri minerale și produse rezultate din distilarea acestora, substanțe bituminoase. De asemenea, România exportă volume semnificative de cereale (5%), fier și oțel (4%), cauciuc și articole din acestea (3%).

Importurile din România în Republica Moldova nu sunt foarte diversificate și distribuite echilibrat, în pofida faptului că România este principalul partener al Moldovei în ce privește importurile (Figura 11). Cea mai semnificativă grupă în structura importurilor Republicii Moldova din România este grupa de produse „Combustibili minerali, uleiuri minerale”, care ocupă o pondere de 69%, Republica Moldova fiind foarte dependentă de România în ce privește aceste produse. Importurile din această categorie au crescut semnificativ în anul 2022 (de 3 ori), fapt explicat de contextul regional complicat influențat de războiul din Ucraina, când importatorii de combustibili s-au reorientat spre alte piețe decât cele afectate de război, în

special spre țara vecină. Totodată, în contextul crizei energetice provocată de acest conflict, Republica Moldova pentru prima dată a cumpărat energie electrică din România, fapt ce s-a reflectat în aceste date.

FIGURĂ 11. STRUCTURA IMPORTURILOR DIN ROMÂNIA ÎN ANUL 2022, %



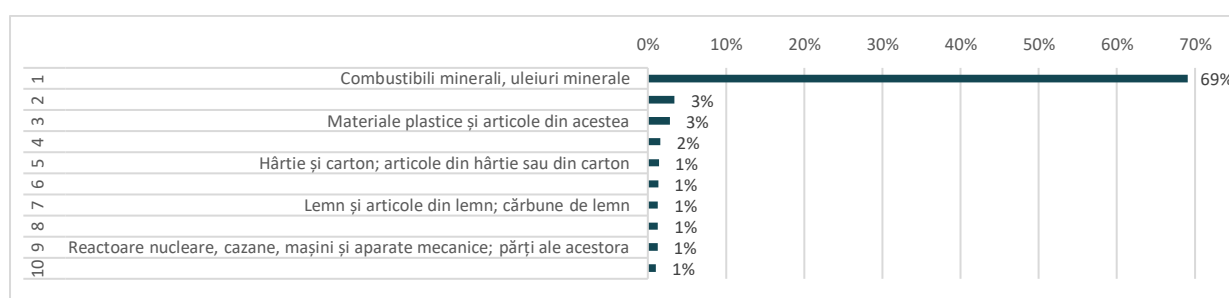
SURSA: GLOBAL TRADE HELPDESK, WWW.INTRACEN.ORG

Astfel, în top 10 categorii de produse importate în Republica Moldova din România intră următoarele:

1. **Combustibili minerali, uleiuri minerale, substanțele bituminoase** care dețin o pondere de **69% în structura importurilor**, însumând o valoare de **1,1 mild. dolari SUA**. Această categorie include preponderent asemenea produse precum: *uleiuri și preparate medii și ușoare din petrol sau minerale bituminoase* (61%), *energie electrică* (6%) și *propan, butani lichefiați* (2%). Republica Moldova este foarte dependentă de importurile de combustibili din România. Circa 44% din importurile totale de combustibili sunt din România (Figura 12). În ce privește energia electrică – parte din această categorie, în 2022 circa 63% din tot importul de energie a fost importată din România. Această categorie de produse formează cel mai mare deficit comercial în balanța comercială a țării (-1,1 mild. lei), Republica Moldova fiind o țară care nu dispune de resurse de combustibili proprii și resurse energetice suficiente.
2. **Mașini și echipamente electrice și părți ale acestora** – care ocupă o cotă de **3,4% în structura importurilor** din România, însumând o valoare de 56,5 mil. dolari SUA. Totuși, România nu este piața de bază de unde Republica Moldova importă aceste produse, cota acestora constituind circa 7% în importurile totale de aceste produse. La această categorie de produse Republica Moldova are o balanță comercială pozitivă cu România, fapt datorat de avansul industriei automotivă din cadrul Zonelor Economice Libere.

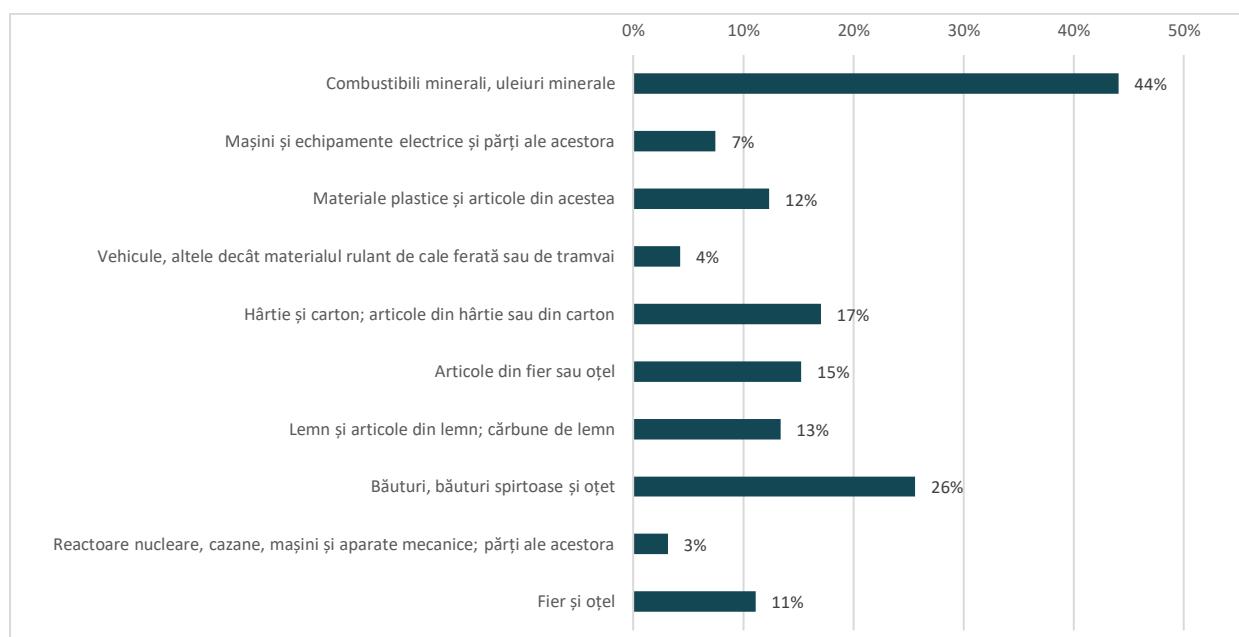
3. **Materialele plastice și articolele din acestea** – reprezintă o altă categorie de produse de bază importate de Republica Moldova din România. Valoarea importurilor de aceste produse a constituit în 2022 - **46 mil. dolari SUA sau 3% din totalul importurilor** din România. Circa 12% din volumul total al importurilor Republicii Moldova de acest tip de produse vin din România. **Balanța comercială are o valoare negativă înaltă** la aceste categorii de produse (-28,8 mil. dolari SUA), fapt ce arată un potențial nevalorificat pentru țara noastră.
4. **Vehiculele, părțile și accesoriile acestora** sunt importate din România în valoare de **26,8 mil. dolari (2%)**. La această categorie Republica Moldova nu depinde semnificativ de România, dependența de piața României în ce privește aprovizionarea cu vehicule fiind de 4%. **Balanța comercială este pozitivă – 36,1 mil. dolari SUA.**
5. **Hârtie și carton, articole din hârtie sau din carton** – ocupă o cotă de **1% în structura importurilor** din România, însumând o valoare de **23 mil. dolari SUA**. România este o piața relativ semnificativă pentru agenții economici importatori, cota acestor produse constituind circa 17% în importurile totale de hârtie și carton. **Balanța comercială este negativă – -14,4 mil. dolari SUA.**
6. **Articole din fier și oțel** – volumul importurilor de aceste produse din România constituie **21,7 mil. dolari SUA (1%)**. România reprezintă o sursă destul de importantă pentru Republica Moldova în ce privește asigurarea cu acest produs. Circa 15% din totalul importurilor de acest produs este acoperit de importul din România. **Balanța comercială este negativă – -9,7 mil. dolari SUA.**
7. **Lemn și articole din lemn** dețin o pondere de **1% (21,5 mil. dolari SUA)**. **Dependența** de piața României este **relativ semnificativă**, de circa 13%. În 2022 importul din România de aceste produse a crescut cu 25%. **Balanța comercială este negativă – -11,6 mil. dolari SUA.**
8. **Băuturi, băuturi spirtoase și oțet** reprezintă categoria poziționată pe **locul 8** în structura importurilor din România, însumând **21,4 mil. dolari SUA și deținând o cotă de 1%**. România reprezintă o țară de bază de unde Republica Moldova importă aceste produse. Circa 26% din tot importul de băuturi vine din România. Totuși, **Republica Moldova menține o balanță pozitivă la acest produs, exporturile depășind importurile cu 10,5 mil. dolari SUA.**
9. **Reactoare nucleare, cazane, mașini și aparate mecanice** sunt importate în volum de **20,5 mil. dolari SUA, cu o proporție de 1% în total importuri**. România nu reprezintă piața de bază de unde sunt importate aceste produse, ponderea acestora în total importuri reprezentând doar 3%. **Balanța comercială la acest produs pentru Republica Moldova este negativă (-8,5 mil. dolari SUA).**
10. **Fier și oțel** – valoarea importurilor de aceste produse însumează 16,5 mil. dolari SUA și dețin o pondere de **1% în structura importurilor din România**. Totodată, dependența de piața României în ce privește aprovizionarea cu aceste produse este de circa 11%. **Balanța comercială este negativă – 16,2 mil. dolari SUA.**

FIGURĂ 12. TOP 10 PRODUSE IMPORTATE DE REPUBLICA MOLDOVA DIN ROMÂNIA, 2022, %



SURSA: GLOBAL TRADE HELPDESK, WWW.INTRACEN.ORG

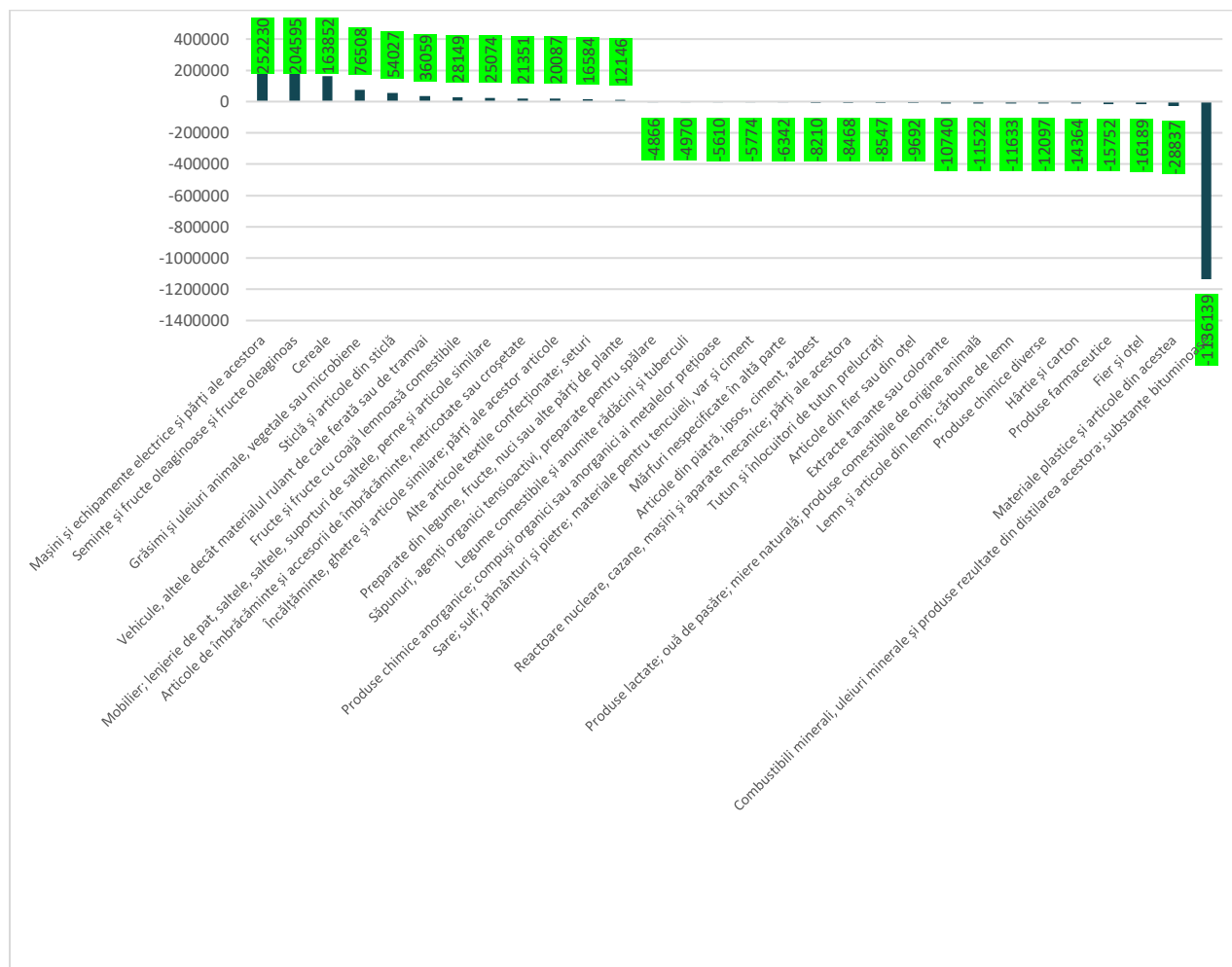
FIGURĂ 13. DEPENDENȚA REPUBLICII MOLODVA DE PRODUSE ROMÂNEȘTI IMPORTATE, %



SURSA: GLOBAL TRADE HELPDESK, WWW.INTRACEN.ORG

Importăm din România cu 33% mai mult decât exportăm. În general, Republica Moldova are balanță pozitivă cu România la un număr relativ mic de produse: mașinii și echipamente electrice, semințe și fructe oleaginoase, cereale, uleiuri, sticlă și articole din sticlă, vehicule și părți ale acestora, fructe, mobilier, articole de îmbrăcăminte, încălțăminte. În același timp, un număr semnificativ de produse înregistrează balanță negativă, printre care produsele cu cel mai mare impact negativ sunt: combustibilii naturali, materialele plastice, fier și oțel, produse farmaceutice, hârtie și carton, produse chimice, lemn și articole din lemn, produse lactate, ouă, miere, etc. 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 România.

FIGURĂ 14. BALANȚA COMERCIALĂ CU ROMÂNIA PENTRU PRINCIPALELE CATEGORII DE PRODUSE, ANUL 2022, MII DOLARI SUA



SURSA: GLOBAL TRADE HELPDESK, WWW.INTRACEN.ORG

4. ACCESAREA PIETEI DIN ROMÂNIA DE CĂTRE PRODUCĂTORII EXTERNI

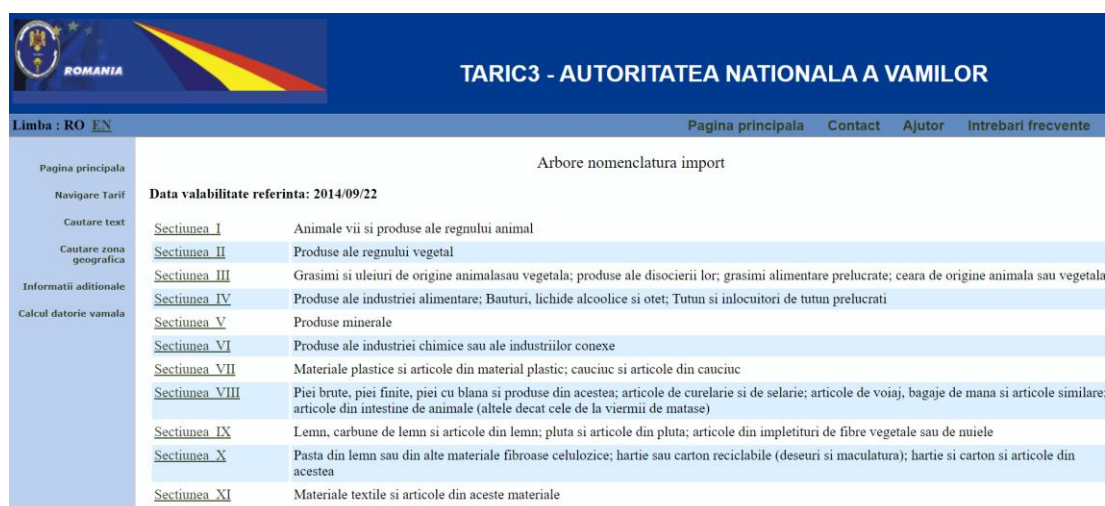
4.1. TARIFUL VAMAL

De la 1 ianuarie 2007, din momentul aderării la UE, România aplică **sistemul tarifar comun al UE. Tariful Integrat al Uniunii Europene – TARIC** a fost stabilit în baza Articolului 2 al Regulamentului Consiliului nr. 2658/87/CEE de la 2 iulie 1987 privind nomenclatura tarifară și statistică și Tariful Vamal Comun.

TARIC cuprinde dispozițiile referitoare la domeniul vamal, conținute în legislația unională specifică privitoare la:

- Sistemul armonizat de denumire și codificare a mărfurilor (S.A.),
- Nomenclatura combinată (N.C.),
- Taxe vamale aplicabile;
- suspendări de taxe vamale;
- Contingente tarifare;
- Regimul tarifar preferențial (inclusiv pe bază de contingente tarifare preferențiale);
- Sistemul generalizat de preferințe tarifare (SGP) aplicabil țărilor în curs de dezvoltare;
- Taxe anti-dumping sau compensatorii (antisubvenție);
- Prohibiții la import și export;
- Restricții la import și export;
- Coduri adiționale;
- Restituții la export;
- Referiri cu privire la reglementările unionale prin care s-a introdus o măsură tarifară sau netarifară;
- Alte măsuri tarifare și netarifare aplicabile în procesul de vămuire a mărfurilor.

FIGURĂ 15. TABELUL CU 21 SECȚIUNI DE MĂRFURI, EXPUSE ÎN UNA DINTRE COMPARTIMENTELE TARIC



The screenshot shows the website 'TARIC3 - AUTORITATEA NATIONALA A VAMILOR'. The page title is 'Arbore nomenclatura import'. The table lists 21 tariff sections (Sectiunea I to Sectiunea XI) with their corresponding descriptions. The table is as follows:

Sectiunea	Descriere
Sectiunea I	Animale vii si produse ale regnului animal
Sectiunea II	Produse ale regnului vegetal
Sectiunea III	Grasimi si uleiuri de origine animalasau vegetala; produse ale disocierii lor; grasimi alimentare prelucrate; ceara de origine animala sau vegetala
Sectiunea IV	Produse ale industriei alimentare; Bauturi, lichide alcoolice si otet; Tutun si inlocuitori de tutun prelucrati
Sectiunea V	Produse minerale
Sectiunea VI	Produse ale industriei chimice sau ale industriilor conexe
Sectiunea VII	Materiale plastice si articole din material plastic; cauciuc si articole din cauciuc
Sectiunea VIII	Piei brute, piei finite, piei cu blana si produse din acestea; articole de curelarie si de selarie; articole de voiaj, bagaje de mana si articole similare; articole din intestine de animale (altele decat cele de la viermii de matase)
Sectiunea IX	Lemn, carbune de lemn si articole din lemn; pluta si articole din pluta; articole din impletituri de fibre vegetale sau de nuiele
Sectiunea X	Pasta din lemn sau din alte materiale fibroase celulozice; hartie sau carton reciclabile (deseuri si maculatura); hartie si carton si articole din acestea
Sectiunea XI	Materiale textile si articole din aceste materiale

SURSA: TARIC.RO

În România, autoritatea competentă responsabilă de activitatea vamală este Direcția Generală a Vămilelor ce funcționează în cadrul Agenției Naționale de Administrare Fiscală și își exercită activitatea prin:

- direcțiile regionale vamale;
- birourile vamale.

Cu referire la importul produselor din Republica Moldova în România/Uniunea Europeană, se aplică regimul preferențial stabilit în baza Acordului de Asociere dintre Republica Moldova și Uniunea Europeană. Astfel, începând cu 1 septembrie 2014, ca urmare a Acordului menționat, produsele importate din Republica Moldova beneficiază de exceptare de taxe vamale. Există totuși mențiunea potrivit căreia, pentru categoriile de legume și fructe incluse în anexele XV-A și XV-B din Acordul menționat, scutirea de taxe vamale se acordă în limitele unor contingente tarifare sau doar pentru componenta ad-valorem a taxei vamale. Pentru a beneficia de contingentele tarifare preferențiale, prevăzute în Anexa XV-A din Acord, importatorii trebuie să constituie o garanție privind plata taxelor vamale. Restituirea garanției se efectuează la primirea răspunsului Comisiei Europene de acordare a beneficiului contingentului.

4.2. PROCEDURI VAMALE

DECLARAREA MĂRFURILOR | Mărfurile introduse pe teritoriul vamal al României sunt prezentate în vamă imediat după sosirea lor la biroul vamal desemnat, sau în orice alt loc desemnat sau aprobat de autoritățile vamale, sau într-o zonă liberă.

Declarația vamală poate depusă în scris; utilizând o tehnică de prelucrare a datelor sau printr-o declarație verbală sau altă acțiune.

Prin urmare se disting următoarele tipuri de declarații vamale:

- **Declarația vamală în scris:** Modelul oficial de declarație vamală a mărfurilor întocmită în scris în cadrul procedurii normale este **documentul administrativ unic**.
- **Declarația verbală:** Pot fi făcute declarații vamale verbale pentru mărfurile menționate la art. 135-137 din Regulamentul Delegat (UE) 2015/2446 al Comisiei¹⁰.
- **Declarația vamală prin altă acțiune:** Mărfurile considerate a fi declarate prin altă acțiune sunt prevăzute la art. 138-140 din Regulamentul Delegat (UE) 2015/2446 al Comisiei¹¹. Acțiunile considerate a reprezenta o declarație vamală sunt prevăzute la art. 141 din Regulamentul Delegat (UE) 2015/2446 al Comisiei.

REGIMURI VAMALE | Mărfurile pot fi plasate sub oricare dintre următoarele tratamente:

Tranzit unional, care cuprinde:

- **Tranzit extern – mărfuri neunionale** pot circula de la un punct la altul de pe teritoriul vamal al UE fără a fi supuse taxelor la import, altor taxe legate de importul mărfurilor (adică taxe interne) și măsurilor de politică comercială. Procedurile de vămuire sunt transferate la biroul vamal de destinație.
- **Tranzit intern** – Mărfuri unionale pot circula de la un punct la altul de pe teritoriul vamal al UE fără nicio modificare a statutului lor vamal. Aceasta include transportul mărfurilor printr-un alt teritoriu care se află în afara teritoriului vamal al UE.

Depozitare, care cuprinde **antrepozitul vamal și zonele libere:**

- **Antrepozitul vamal – mărfurile neunionale** pot fi depozitate în sedii sau în orice alt loc autorizat de autoritățile vamale și sub supraveghere vamală („antrepozite vamale”) fără a fi supuse taxelor la import, altor impuneri legate de importul mărfurilor și măsurilor de politică comercială.
- **Zonele libere** – statele membre pot desemna părți ale teritoriului vamal al Uniunii ca zone libere în care mărfurile pot fi introduse cu scutire de taxe la import, de alte taxe (și anume taxe interne) și de măsuri de politică comercială, până când li se atribuie o altă procedură vamală aprobată sau

¹⁰ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/?uri=CELEX:32015R2446>

¹¹ ibidem

până când sunt reexportate (pot fi supuse, de asemenea, unor operațiuni simple, cum ar fi prelucrarea și reambalarea).

Utilizare specifică, care cuprinde **admiterea temporară și destinația finală**:

- **Admitere temporară – Mărfuri neunionale** pot intra în UE fără plata taxelor la import, cu condiția ca acestea să fie destinate reexportului fără a fi modificate. Perioada maximă pentru importul temporar este de doi ani.
- **Destinația finală** – mărfurile pot fi puse în liberă circulație cu scutire sau reducere de taxe datorită utilizării lor specifice.

Perfecționarea, care cuprinde **perfecționarea activă și pasivă**:

- **Perfecționare activă** – Mărfurile pot fi importate în UE, fără a fi supuse taxelor, taxelor și formalităților, pentru a fi transformate sub control vamal și apoi reexportate. În cazul în care produsele finite nu sunt exportate în cele din urmă, acestea sunt supuse taxelor și formalităților aplicabile.
- **Perfecționare pasivă** – Mărfuri unionale pot fi exportate temporar de pe teritoriul vamal al Uniunii în scopul perfecționării. Mărfurile transformate pot fi puse în liberă circulație cu exonerare totală sau parțială de drepturi de import.

4.2.1. DOCUMENTE NECESARE PENTRU PROCEDURA VAMALĂ PENTRU IMPORT ÎN ROMANIA/UE:

DOCUMENTUL ADMINISTRATIV UNIC (SAD) | Toate mărfurile importate în România trebuie să fie declarate autorităților vamale utilizând Documentul Administrativ Unic (SAD), **care este formularul comun de declarație de import pentru toate statele membre**, prevăzut în Codul Uniunii Vamale adoptat în Regulamentul (UE) 952/2013 (CELEX 32013R0952) și Regulamentul (UE) 2016/341 (CELEX 32016R0341).

Declarația trebuie să fie întocmită în română sau în una dintre limbile oficiale ale UE, care este acceptată de autoritățile vamale ale statului membru în care sunt îndeplinite formalitățile.

SAD fi prezentat fie prin:

- Depunerea prin sistemul electronic;
- Depunerea la sediul Biroului Vamal desemnat.

Principalele informații care vor fi declarate sunt:

- Date de identificare ale părților implicate în operațiune (importator, exportator, reprezentant etc.)
- Regim de import (punerea în liberă circulație, punerea în consum, import temporar, tranzit etc.)
- Date de identificare a mărfurilor (cod TARIC, greutate, unități), locație și ambalare, Informații referitoare la mijlocul de transport;
- Date despre țara de origine, țara de export și destinația;
- Informații comerciale și financiare (Incoterms, valoarea facturii, moneda facturii, cursul de schimb, asigurarea etc.)
- Lista documentelor asociate SAD: certificate de inspecție, document de origine, document de transport, factură comercială etc.
- Declarația și modalitatea de plată a taxelor de import (taxe tarifare, TVA, accize etc.)

Setul SAD este format din opt copii; operatorul completează toate sau o parte din fișe în funcție de tipul operației. **În cazul importului, în general, se utilizează trei copii:** unul se păstrează de autoritățile statului membru în care sunt îndeplinite formalitățile de sosire, celălalt este utilizat în scopuri statistice de către statul membru de destinație, iar ultimul este returnat către destinatarul după ce a fost ștampilat de către autoritatea vamală.

FACTURA COMERCIALĂ | Acesta include date precum:

- Data emiterii;

- Număr de factură;
- Descrierea mărfurilor (nume, calitate, etc.);
- Unitate de măsură;
- Cantitatea de bunuri;
- Valoare unitară;
- Valoarea totală a articolului;
- Valoarea totală a facturii și moneda de plată. Suma echivalentă trebuie să fie indicată într-o monedă liber convertibilă în euro sau moneda națională a României;
- Condițiile de plată (modul și data plății, reduceri etc.);
- Condițiile de livrare conform Incoterm-ului corespunzător;
- Mijloace de transport.

CERTIFICAT DE ORIGINE | Este important la stabilirea cuantumului taxei și permite importatorului să solicite un contingent tarifar/scutire de taxe.

Caracterul original al mărfurilor poate fi dovedit prin:

- Certificat de origine;
- Declarația pe factură (numită și declarație de origine) este completată de către exportator cu privire la originea unui produs, pe baza anumitor documente comerciale. Obiectivul acestei declarații este de a demonstra că produsul este original dintr-o anumită țară, în condițiile unui anumit regim comercial preferențial.

Un caz particular al declarațiilor pe factură este sistemul REX. **Sistemul Exportator Înregistrat (sistemul REX)** este un sistem de certificare a originii mărfurilor bazat pe un principiu de autocertificare. Originea mărfurilor este declarată de către operatorii economici înșiși prin intermediul așa-numitelor declarații de origine. **Pentru a avea dreptul de a întocmi o declarație de origine, un operator economic trebuie să fie înregistrat într-o bază de date de către autoritățile sale competente.** Operatorul economic devine „exportator înregistrat”. Sistemul informatic REX a fost dezvoltat de Comisia Europeană și este pus la dispoziția statelor membre ale UE, a țărilor beneficiare ale SPG și a TPPM.

LISTA DE AMBALARE (P/L) | dacă greutatea brută și netă nu a fost afișată în factură.

Date în P/L: data emiterii; numărul facturii de transport; informații despre exportator și importator (nume și adresă); tipul și numărul de pachete; conținutul fiecărui pachet; greutatea netă și brută a mărfurilor (unitate și totală); condiții de livrare;

CONOSAMENTUL (B/L, BOL) | este documentul de bază care reglementează raportul juridic dintre armatorul și deținătorul autorizat al conosamentului. Se obține de la compania de transport și trebuie livrat în locul de destinație pentru ca marfa să fie ridicată. Conosamentul nu este un contract de transport de mărfuri. Date incluse în conosament: condițiile conosamentului pe prima pagină; datele expeditorului; datele destinatarului; detaliile companiei sau persoanei care urmează să fie notificată cu privire la sosirea containerului; numărul containerului; cantitatea, tipul și greutatea mărfurilor; alte informații importante:

În funcție de mijlocul de transport utilizat, următoarele documente urmează să fie completate și prezentate autorităților vamale la import pentru ca mărfurile să poată fi vămuite:

- Foaia de transport;
- Conosamentul FIATA;
- Foaia de transport rutier (CMR);
- Foaia de transport aerian (AWB);
- Foaia de transport feroviar (CIM);
- Carnet ATA;
- Carnet TIR.

4.2.2. DECLARAȚIE VAMALĂ ELECTRONICĂ

Pentru a efectua o declarație vamală electronică utilizând procedura e-vamă, trebuie obținut **Numărul de Înregistrare și Identificare a Operatorilor Economici -EORI**. În România, pentru a efectua o declarație vamală electronică cererea de atribuire a numărului EORI se completează de către persoanele interesate utilizând aplicația „EORI-RO” prin accesarea **link-ului existent pe website-ul Direcției Generale a Vămiror: www.customs.ro, secțiunea „e-Customs”, subsecțiunea EORI, Sistem Informatic (<https://www.customs.ro/e-customs/eori/sisteminformatic>).**

Cererea se înregistrează în aplicația „EORI-RO”, se tipărește, se semnează de către solicitant și se transmite, la direcția regională vamală în a cărei rază de competență teritorială are sediul/reședința persoana respectivă, în cazul persoanelor stabilite în România, sau la direcția regională vamală în a cărei rază de competență teritorială urmează ca solicitantul să desfășoare activitățile prevăzute la art. 5 alin. (1) lit. b) din Regulamentul delegat (UE) 2015/2.446 al Comisiei.

- În cazul **operatorilor economici care sunt stabiliți în România**, cererea de acordare a numărului EORI este însoțită de următoarele documente:
 - certificatul de înregistrare eliberat de Oficiul Național al Registrului Comerțului;
 - certificatul de înregistrare în scopuri de TVA emis de organul fiscal competent, după caz;
 - documente din care rezultă adresa sediului social sau domiciliului fiscal actual, după caz, în situația în care acesta nu corespunde cu cel înscris în certificatul(ele) prezentat(e);
 - actul constitutiv al operatorului economic, cu modificările și completările ulterioare, după caz.
- În situația **persoanelor altele decât operatorii economici, care sunt stabilite în România**, cererea de acordare a numărului EORI este însoțită de următoarele documente:
 - documentele de înregistrare eliberate de autoritățile cu atribuții în acest sens;
 - certificatul de înregistrare în scopuri de TVA emis de organul fiscal competent, după caz;
 - documentele din care rezultă adresa sediului social sau a domiciliului fiscal actual, după caz, în situația în care aceasta nu corespunde cu cea înscrisă în documentele prevăzute la lit. a) și b);
 - un document de identitate care să aibă înscris CNP, în cazul persoanelor fizice.
- În cazul **persoanelor care nu sunt stabilite pe teritoriul Uniunii Europene**, cererea de acordare a numărului EORI este însoțită de următoarele documente:
 - documentul de înregistrare eliberat de autoritatea competentă din țara terță, în fotocopie;
 - certificatul(ele) de înregistrare în scopuri de TVA eliberat(e) de autoritatea competentă din statele membre ale Uniunii Europene, după caz;
 - documente din care rezultă adresa sediului social sau a domiciliul fiscal actual, după caz, în situația în care aceasta nu corespunde cu cea înscrisă în documentele prevăzute la lit. a) și b), emise de către autoritățile responsabile din cadrul registrului comerțului sau de către camerele de comerț din Uniunea Europeană sau din țara terță, în original sau copie legalizată, cu cel mult 6 luni înainte de data depunerii cererii; d) o fotocopie a pașaportului valabil sau a altui document de călătorie, în cazul persoanelor fizice.

4.2.3. PROCESE ȘI PROCEDURI DE IMPORT

Pentru a determina dacă un produs este interzis sau supus restricțiilor, urmează a fi consultat **TARIC pentru următoarele secțiuni: Convenția CITES privind comerțul internațional cu specii pe cale de dispariție; Suspendarea importului PROHI; Restricție de import RSTR.**

Documente suplimentare necesare pentru anumite tipuri de produse (in funcție de tipul de marfă):

„Certificat” CE, rapoarte de testare și o declarație de conformitate pentru unele mărfuri importate. Aceste documente înseamnă că **produsul respectă Directivele Noii Abordări**. Ca exemplu, **produse care trebuie să poarte marcajul CE:**

- jucării pentru copii sub 14 ani;
- aparate care ard combustibili gazoși;

- explozivi de uz civil;
- dispozitive și sisteme de protecție destinate utilizării în atmosfere potențial explozive;
- frigidere și congelatoare de uz casnic;
- cazane cu apă caldă;
- aparate/aparate electrice de joasă tensiune;
- utilaje;
- dispozitive medicale;
- instrumente de măsurare/emisie de zgomot în mediu;
- echipament individual de protecție;
- echipamente sub presiune;
- echipamente radio.

Certificat CITES (Convenția privind comerțul internațional cu speciile sălbatice de faună și floră pe cale de dispariție) pentru importul de exemplare de faună și floră. **Se aplică animalelor (vii sau nu), plantelor și părților acestora, precum și altor bunuri care conțin produse derivate din plante sau animale.**

În ceea ce privește **circulația produselor accizabile**, este necesar documentul **Document Administrativ de Însoțire (AAD)**, care este un document electronic înregistrat în sistemul computerizat de monitorizare a mișcărilor intracomunitare cu produse accizabile în regim suspensiv de la plata accizelor EMCS (Excise Movement and Control System - Sistemul de Control al Mișcărilor cu Produse Accizabile). Conține informații care descriu transportarea, originea, destinația, conținutul și operatorii implicați în deplasare.

Certificat de fumigație eliberat de autoritățile vamale sau fitosanitare. Fumegarea este necesară, de exemplu, pentru a importa peleți din lemn. Scopul este de a evita intrarea dăunătorilor prin transporturi.

4.2.4. DETERMINAREA VALORII ÎN VAMĂ

Valoarea în vamă a mărfurilor importate este, conform **Acordul privind punerea în aplicare a articolului VII al Acordului general pentru tarife vamale și comerț (GATT) 1994**, valoarea de tranzacție, respectiv prețul efectiv plătit sau de plătit pentru mărfuri atunci când sunt vândute pentru export pe teritoriul vamal al Comunității.

Atunci când valoarea în vamă nu poate fi determinată pe baza prețului de tranzacție, ea se determină prin parcurgerea succesivă a următoarelor reguli de evaluare până la prima în conformitate cu care această valoare poate fi stabilită:

- valoarea de tranzacție a **mărfurilor identice** vândute pentru export în Comunitate și exportate în același sau aproximativ același moment cu mărfurile care se evaluează;
- valoarea de tranzacție a **mărfurilor similare** vândute pentru export în Comunitate și exportate în același sau aproximativ același moment cu mărfurile care se evaluează;
- **valoarea bazată pe prețul unitar** care corespunde vânzărilor în Comunitate de mărfuri importate sau de mărfuri identice sau similare importate totalizând cantitatea cea mai mare, către persoane care nu au legătură cu vânzătorii;
- **valoarea calculată egală cu suma costului sau valorii materialelor și fabricării** sau altor transformări în procesul de fabricare a mărfurilor importate, **valorii profitului și cheltuielilor generale egale cu cele care se reflectă în mod obișnuit în vânzările de mărfuri, cheltuielilor de transport și costul asigurării mărfurilor importate, precum și cheltuielile de încărcare și manipulare legate de transportul mărfurilor** importate până la punctul de introducere a mărfurilor pe teritoriul vamal al Comunității.

TAXELE VAMALE APLICABILE | taxele vamale aplicabile la punerea în liberă circulație a mărfurilor din state terțe Uniunii Europene în România sunt cele cuprinse în Tariful vamal comun de import al Uniunii

Europene, adoptat prin Regulamentul Consiliului (CEE) nr. 2658/87 privind Nomenclatura tarifară și statistică și Tariful vamal comun.

Taxele vamale aplicabile începând cu data de 01.01.2022, la punerea în liberă circulație a mărfurilor provenite din țări terțe sunt cele prevăzute în anexa Regulamentului (CE) nr. 2021/1832, privind modificarea anexei I a Regulamentului (CEE) nr. 2658/1987 a Consiliului privind Nomenclatura tarifară și statistică și Tariful Vamal Comun.

Autorizare simplificată: Prin **Ordinul Autorității Vamale Române nr. 724/2023**, au fost aprobate **Norme privind autorizarea pentru simplificarea determinării sumelor care fac parte din valoarea în vamă a mărfurilor** (pentru importatorii ce efectuează în mod repetat și în baza aceluiași condiții contractuale, activități de introducere de bunuri pe teritoriul vamal al României, cu efect de punere în liberă circulație a mărfurilor).

GARANȚII | Potrivit legislației în vigoare, atunci când determinarea definitivă a valorii în vamă nu se poate face imediat, importatorul poate ridica mărfurile din vamă, la cerere, însă cu condiția de a constitui o garanție în forma acceptată de autoritatea vamală (dacă în 30 de zile de la ridicarea mărfurilor importatorul nu prezintă documente concludente pentru determinarea valorii în vamă, autoritatea vamală execută garanția, iar operațiunea de plasare a mărfurilor sub un regim vamal se consideră încheiată).

Tipurile de garanții:

- fie prin depozit în numerar sau prin orice alt mijloc de plată recunoscut de către autoritățile vamale ca echivalent al unui depozit în numerar, efectuat în euro sau în lei;
- fie prin angajamentul unui garant;
- fie prin altă formă de garanție care asigură în mod echivalent plata cuantumului taxelor la import sau la export corespunzător datoriei vamale și a altor taxe.

Importatorul poate alege una dintre aceste forme pentru garanție, însă autoritățile vamale au dreptul de a refuza alegerea.

ETICHETAREA PRODUSELOR | Etichetarea produselor alimentare, urmează a fi asigurată la importul produselor conform regulilor generale prevăzute de Regulamentul (UE) 1169/2011 (CELEX 32011R1169) privind furnizarea de informații alimentare către consumatori, trebuie să conțină următoarele informații¹²:

- denumirea produsului alimentar;
- lista ingredientelor;
- orice ingredient sau adjuvant tehnologic menționat în anexe care provoacă alergii sau intoleranță;
- cantitatea de anumite ingrediente sau categorii de ingrediente;
- cantitatea netă de produs alimentar;
- data durabilității minimale sau data limită de consum;
- condițiile speciale de păstrare și/sau condițiile de utilizare;
- numele sau denumirea comercială și adresa operatorului din sectorul alimentar;
- țara de origine sau locul de proveniență;
- instrucțiuni de utilizare, în cazul în care omiterea lor ar îngreuna utilizarea corectă a produsului alimentar;
- pentru băuturile care conțin mai mult de 1,2 % de alcool în volum, concentrația alcoolică dobândită;
- o declarație nutrițională.

¹² <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/romania-labelingmarking-requirements>

MARCARE ȘI ETICHETARE OBLIGATORII

- Textile
- Produse cosmetice
- Substanțe periculoase
- Explozive în atmosferă
- Echipamente electrice și electronice
- Aparate de uz casnic
- Prețuri
- Încălțăminte
- Unități de măsură
- Automobile
- Etichetarea anvelopelor
- Maritime
- Materiale în contact cu alimentele
- Emisii de zgomot
- Ambalaje din lemn
- Eficienta energetica

MARCARE ȘI ETICHETE VOLUNTARE

- Simbol ceașcă/furculiță (material în contact cu alimentele)
- Eticheta ecologică
- Eco-Label
- Green Dot
- „e” Mark
- Semn de reciclare (Recycling Marks)

4.3. EXPOZIȚII ORGANIZATE ÎN ROMÂNIA

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

Participarea la expoziții oferă o oportunitate unică de a efectua analize ale 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.

În continuare, sunt prezentate câteva expoziții relevante din România la care producătorii moldoveni ar putea considera participarea:

TABEL 21. TÂRGURI COMERCIALE ÎN ROMÂNIA, 2024

TÂRG	LOCAȚIE	DATA DE ÎNCEPERE
AGRIPLANTA	Fundulea	Mai 2024
AGRIPLANTA + ROMAGRO TEC	Fundulea	Mai 2024

<u>BIO LIFE & STYLE EXPO</u>	București	Mai 2024
<u>METAL SHOW & TIB</u>	București	Mai 2024
<u>PACKEXPO ROMANIA</u>	București	Mai 2024
<u>PET EXPO ROMANIA</u>	București	Mai 2024
<u>BLACK SEA DEFENSE & AEROSPACE</u>	București	05/22/2024
<u>TIBCO</u>	București	Iunie 2024
<u>AGROMALIM</u>	Arad	Septembrie 2024
<u>BIFE - SIM</u>	București	Septembrie 2024
<u>CARNEXPO</u>	București	Septembrie 2024
<u>COSMETICS-BEAUTY-HAIR</u>	București	Septembrie 2024
<u>WORLD EDUCATION FAIR - ROMANIA - BUCHAREST</u>	București	Septembrie 2024
<u>ROMHOTEL</u>	București	Februarie 2024
<u>AMBIENT EXPO</u>	București	Martie 2024
<u>CONSTRUCT EXPO</u>	București	Martie 2024
<u>EXPO FLOWERS & GARDEN</u>	București	Martie 2024
<u>MOBILA EXPO</u>	București	Martie 2024
<u>ROMTHERM</u>	București	Martie 2024
<u>SIAB - SALONUL INTERNATIONAL DE AUTOMOBILE BUCURESTI</u>	București	Martie 2024
<u>SOFISTICAT</u>	București	Martie 2024
<u>FISHING & HUNTING EXPO</u>	București	03/14/2024
<u>GASTROPAN</u>	București	03/14/2024
<u>BUCHAREST INTERNATIONAL BOAT SHOW</u>	București	03/28/2024
<u>SOLARPLAZA SUMMIT ROMANIA</u>	București	Aprilie 2024
<u>AGRARIA ROMANIA</u>	Cluj-Napoca	04/21/2024

SURSA: COMPILAȚIA AUTORILOR DUPĂ [HTTPS://WWW.EVENTSEYE.COM/](https://www.eventseye.com/)

5. PROFILUL CONSUMATORULUI

5.1. PRINCIPALII FACTORI DE INFLUENȚA A CONSUMATORILOR ROMÂNI

România, situată în sud-estul Europei, reprezintă o piață vibrantă cu o populație diversă și o economie în dezvoltare, numărând peste 19 milioane de locuitori în 2023. Orașe majore precum București, Cluj-Napoca și Timișoara contribuie la amestecul cultural și tradițional al țării, având un impact semnificativ asupra comportamentului consumatorilor.

Românii se disting prin atașamentul puternic la valorile tradiționale, iar influențele culturale au o importanță considerabilă în procesul deciziilor de cumpărare. Familia și comunitatea joacă un rol esențial în conturarea preferințelor consumatorilor, iar recomandările din cercul social sunt fundamentale. Urbanizarea în creștere și schimbările sociale aduc o dinamică nouă în comportamentul consumatorilor, iar orașele mari devin centre de inovație și consum, în special printre tinerii influențați de tendințele globale, manifestând o deschidere către tehnologie și modernitate. Conștientizarea asupra sustenabilității și responsabilității sociale devine din ce în ce mai importantă în procesul de luare a deciziilor. Creșterea economică și extinderea clasei de mijloc susțin cheltuielile de consum. Proiecțiile pentru anul 2023 indică o creștere solidă a cheltuielilor reale ale gospodăriilor românești, reflectând încrederea consumatorilor în evoluția economică.

De asemenea, România se evidențiază prin frumusețea sa naturală și istorică, atrăgând turiști și influențând preferințele de cumpărare ale consumatorilor. Sectorul de servicii a cunoscut o creștere notabilă, susținută de o creștere a călătoriilor și a sectorului de cazare și alimentație. Cheltuielile consumatorilor pentru bunuri au crescut moderat, iar sectorul de retail a fost influențat de o creștere constantă a valorii adăugate. Aceștia apreciază produsele și brandurile care reușesc să îmbine tradiția cu inovația, iar prețurile competitive și ofertele promoționale au un impact semnificativ în procesul de cumpărare.

5.2. REFLECTĂ PROFILUL PIEȚEI DE CONSUM A ROMÂNIEI

Comparativ cu alte economii europene, România își păstrează soliditatea, evitând recesiunea și menținând o creștere economică constantă. Aceste tendințe favorabile subliniază capacitatea țării de a se adapta la schimbări economice și de a-și menține poziția pe scena internațională. România are cea mai mare creștere economică din Europa: între anii 2000-2022, economia României a crescut de peste 7 ori, sau cu 605%, în timp ce economiile celorlalte State Membre au crescut, în medie, cu 100%.

În termeni nominali (PIB nominal), România constituie în prezent a 12-a cea mai mare economie din UE cu un indicator nominal de 301,26 miliarde dolari SUA, conform datelor World Bank). Cu alte cuvinte, economia României "cântărește" în prezent cât a altor 7 State Membre luate împreună (toate cele 3 state baltice + Croatia + Slovenia + Cipru + Malta). De fapt, aproape în fiecare an, economia României o depășește pe cea a unui alt stat membru: în 2016, economia României a depășit-o pe cea a Greciei, în 2018 a depășit Portugalia, în 2019 – Cehia iar în 2022 – Finlanda, care este și prima țară nordică pe care România o depășește. Conform tendințelor actuale, următoarea țară pe care România o va depăși este probabil Austria, până în 2030.

O măsură însă mai revelatoare este cea a raportării PIB la paritatea puterii de cumpărare (PIB PPP), România are al doilea cel mai scăzut PIB pe cap de locuitor din cadrul statelor Uniunii Europene, de 15,892 dolari SUA în 2022 potrivit World Bank, care poziționează România drept a 7-a cea mai mare economie din UE, după Germania, Franța, Italia, Spania, Olanda și Polonia. PIB-ul pe cap de locuitor ajustat la puterea de cumpărare a crescut de la 50% din media europeană în 2010, la 77% în 2022, România fiind astăzi la egalitate cu Ungaria, Polonia și Ungaria, față de care avea un decalaj de peste 20% în 2010. Astăzi, PIB/capita în PPP depășește Letonia, Croația, Slovacia, Grecia și Bulgaria, demonstrând o convergență economică mai mare față de media UE decât aceste state și implicit, un nivel de trai mai bun. În ce privește

indicele prețului alimentelor, care exprimă nivelul prețurilor dintr-o anumită țară în raport cu media UE (100), România este cea mai ieftină dintre statele UE, cu un indice de 71 din 100, urmată de Polonia cu 72 și de Bulgaria cu 85. Cei mai ridicați indici sunt în Luxemburg (122), Danemarca (119) și Malta (116). Dacă indicele nivelului prețurilor alimentelor dintr-o țară este mai mare de 100, țara în cauză este relativ scumpă în comparație cu UE, în timp ce dacă indicele nivelului prețurilor este mai mic de 100, atunci țara este relativ ieftină în comparație cu UE.

Însă, în ciuda faptului că România are cel mai mic preț al alimentelor, 25% din bugetul gospodăriilor din România se duce pe alimente și băuturi nealcoolice, potrivit instrumentului Eurostat. Acesta este cel mai ridicat indice din cadrul statelor UE, urmat cu 20%, de Bulgaria, Polonia, Estonia, Lituania și Croația. În Irlanda sau Luxemburg doar 9% din totalul cheltuielilor se duce pe alimente și băuturi nealcoolice, în timp ce media la nivelul UE este de 14%.

Comportamentul consumatorului

Comportamentul consumatorului în România este influențat de o serie de factori culturali, socio-economici și tehnologici, reflectând astfel un peisaj complex de preferințe și decizii de cumpărare. România, având o bogată diversitate culturală și istorică, se remarcă printr-o legătură puternică cu tradițiile. Procesul accelerat de urbanizare aduce schimbări în comportamentul consumatorilor, cu o creștere a preferințelor pentru produse și servicii moderne. Clasa de mijloc în expansiune contribuie la o cerere crescută pentru bunuri și servicii diversificate. Conștientizarea asupra valorii banilor rămâne o caracteristică importantă a comportamentului de cumpărare, iar consumatorii sunt adesea influențați de oferte promoționale și reduceri de preț. Consumatorii români manifestă o tendință de a prefera produsele proaspete, incluzând fructe, legume și produse locale, ceea ce menține relevanța piețelor tradiționale.

Conștientizarea asupra sustenabilității și a responsabilității sociale devine tot mai importantă în luarea deciziilor de cumpărare, cu un interes crescut pentru produse și companii cu impact pozitiv asupra mediului și comunității. Conform unui studiu Deloitte Sustainable Actions Index, realizat în 26 de state, opt din zece români consideră că schimbările climatice sunt cauzate de activitățile umane, motiv pentru care 67% dintre aceștia și-au ajustat deja comportamentul de cumpărare în acest sens. Mulți dintre respondenții români care au participat la studiul Deloitte Sustainable Actions Index au declarat că au început să-și corijeze acțiunile pentru a limita impactul negativ asupra mediului. Astfel, în România, 71% dintre respondenți au punctat că limitează consumul de energie în locuințe, 70% reduc risipa de alimente, 70% achiziționează produse sustenabile (semnificativ peste media țărilor din Europa Centrală de 50%), 69% încearcă să cumpere doar ceea ce au nevoie, 63% reciclează sau compostează gunoii menajer (peste media din Europa Centrală de 54%), 61% evită zborurile opționale sau de agrement și 58% cumpără produse locale. Studiul Deloitte Sustainable Actions Index a fost realizat în 26 de țări la nivel global, iar pentru Europa Centrală, raportul a fost realizat pe baza datelor colectate de la 4000 de respondenți din Republica Cehă, Ungaria, Polonia și România.

Potrivit publicației Profit.ro¹³ vânzările de bunuri de larg consum (FMCG) din România au crescut, în trimestrul al doilea al acestui an, cu 17,3% în termeni valorici față de aceeași perioadă a anului anterior, conform datelor Retail Audit NielsenIQ. În același timp, al doilea trimestru al anului a fost marcat și de o diminuare a scăderii volumelor ce a caracterizat ultimele trimestre (-2% în T2 2023, față de -4,6% în T1 2023), cât și de o domolire a creșterii prețurilor (+19,3% în T2 2023, față de +23,1% în T1 2023). Conform unui comunicat, la nivel european, piața de FMCG a evoluat similar cu România în ultimele 12 luni. Cu o medie a creșterii valorice europene de +9,2%, volumele au scăzut cu -2,3%, iar prețurile s-au mărit cu +11,5%. Comparativ cu țările din estul Europei, România se situează pe locul al 5-lea în termeni de creștere valorică (+18,3%) în ultimele 12 luni. Toate macro-categoriile de produse au înregistrat avansuri valorice însemnate în prima jumătate a anului. Cea mai mare creștere a fost a categoriei de produse alimentare (+19,7%), care a reprezentat mai mult de jumătate din totalul coșului de cumpărături din piața bunurilor de larg consum din România, urmată de categoria băuturilor non-alcoolice, ce au înregistrat o majorare valorică de 17,5%. Produsele non-alimentare au crescut în valoare cu 16,6%, iar băuturile alcoolice cu doar

¹³ <https://www.profit.ro/>

12,3%, ca urmare a migrării unei părți din consum către HoReCa. Mai mult de trei sferturi dintre categoriile de produse au crescut în valoare în primul semestru, în timp ce doar 32% dintre acestea au reușit să crească și în volum. Categoriile de top, ce s-au majorat cu mai mult de 10% în valoare au fost berea, băuturile acidulate, carnea proaspătă, apa, brânza, cafeaua, snacks-urile, ciocolata, biscuiții dulci, produsele lactate, legumele, pâinea, produsele de menaj și spirtoasele, însă niciuna dintre acestea nu a crescut și în volum, excepție făcând carnea proaspătă (+ 6,8% în volum), în timp ce restul categoriilor au stagnat sau au pierdut volume. Raportul mai menționează că evoluția consumatorilor către o atitudine mult mai pragmatică și calculată de achiziție s-a reflectat și în dinamica de creștere a canalelor de retail. Astfel, canalul cu cea mai ridicată creștere în prima jumătate a anului 2023 a fost cel al Discounterilor (+26,3% în valoare), urmat de formatele mici - Mini-marketurile (+22,7%) și Super-marketuri (16,5%). Comerțul tradițional a crescut în valoare cu 15,3%, în timp ce Hypermarketurile au înregistrat cea mai lentă creștere, de 13%. Noutatea celui de-al doilea trimestru al anului constă în modificarea tiparelor de consum din Hyper și Super-marketuri: deși valoarea coșului mediu de cumpărături din Hypers a rămas relativ constantă în ciuda inflației (-0,6% față de T2 2022), numărul tranzacțiilor s-a mărit cu aproape 10%. În Supers, valoarea coșului mediu a crescut cu 9% față de aceeași perioadă a anului trecut, iar numărul tranzacțiilor a crescut, la rândul său, cu 5,8%. Acest tipar de consum indică tendința consumatorilor de a face vizite mai frecvente la magazine, în încercarea de a menține sub control valoarea coșului de cumpărături. O altă metoda prin care consumatorii români au făcut față inflației este îndreptarea către mărcile proprii ale retailerilor. Trendul ascendent al mărcilor private s-a menținut și în T2, când cota lor de piață a câștigat încă 0,7 puncte față de anul trecut, acest segment reprezentând acum 19,3% din totalul pieței de larg consum din România. Produsele de tip private label din categoria de produse non-alimentare au înregistrat cea mai impresionantă dinamică în acest trimestru, fiind în creștere cu 2,7 puncte. Deși mărcile proprii au continuat să crească în importanță în România, aceasta se situează încă sub media europeană, unde acestea reprezintă 32,7% din totalul vânzărilor, dar peste media Europei de Est - de doar 16,2%, precizează sursa citată.

În România, există diverse lanțuri de Hyper și Super-marketuri care operează la nivel național, oferind o gamă variată de produse și servicii. Printre cele mai cunoscute lanțuri se numără:

CARREFOUR | O rețea internațională de hipermarketuri cu o prezență semnificativă în România, oferind produse alimentare și non-alimentare, precum și servicii adiacente.

KAUFLAND | Unul dintre cei mai mari retaileri din România, Kaufland operează atât hipermarketuri cât și supermarketuri, oferind o gamă extinsă de produse alimentare și non-alimentare.

AUCHAN | Al doilea cel mai mare lanț de hipermarketuri la nivel global, Auchan are o prezență semnificativă în România, oferind o gamă amplă de produse, de la alimente la electronice și articole de uz casnic.

LIDL | O rețea germană de supermarketuri discount, Lidl s-a extins pe piața românească oferind produse alimentare, dar și articole non-alimentare la prețuri competitive.

MEGA IMAGE | Un lanț de supermarketuri care se evidențiază prin focusul pe produse proaspete și oferte premium. Mega Image operează atât în București cât și în alte orașe din țară.

MEGA MALL | Un hipermarket care face parte dintr-un complex comercial și oferă o gamă variată de produse, de la alimente la fashion, electronice și divertisment.

PROFI | Un lanț de supermarketuri cu o extindere rapidă în întreaga țară, PROFi se concentrează pe a oferi o gamă diversificată de produse și servicii la prețuri accesibile.

Aceste lanțuri de Hyper și Super-marketuri contribuie la diversitatea și accesibilitatea pe piața de retail din România, satisfăcând nevoile diferite ale consumatorilor. Totodată, creșterea accesului la internet și utilizarea extinsă a dispozitivelor mobile au schimbat modul în care consumatorii caută și achiziționează produsele. Comerțul electronic și platformele de socializare au devenit tot mai populare în procesul de luare a deciziilor de cumpărare. Comerțul online de FMCG monitorizat de NIQ a înregistrat o creștere valorică importantă în cel de-al doilea trimestru al anului, respectiv de 20,4%. Cea mai mare parte a comerțului online monitorizat a fost ocupată de produsele non-alimentare, în creștere cu 25,5%, dar și de

produsele alimentare, în creștere valorică de +14,1%. Băuturile alcoolice au crescut în e-comm cu 25,2%, în timp ce băuturile non-alcoolice au înregistrat un avans de 21,3%. Deși piața de e-commerce nu mai înregistrase fluctuații semnificative de la finalul pandemiei, vârful creșterii valorice a acestei piețe a fost atins în T2 2023.

Piața de comerț electronic în România

După aproape un deceniu de creșteri spectaculoase, sectorul de comerț electronic din România se apropie de maturitate, urmând o perioadă de consolidare cauzată și de schimbarea comportamentului de consum al românilor. Sectorul de comerț online din România domină piața din Europa de Est, generând aproape 60% din vânzările țărilor din regiune, cu o cifră de afaceri estimată la 9,95 miliarde de euro pentru anul 2023, dintr-un total de 17,6 miliarde de euro, arată Raportul European E-commerce 2023 publicat de Ecommerce Europe și EuroCommerce. Cu un procent consolidat de 3,17% din PIB generat de vânzarea online a bunurilor și serviciilor (e-GDP), România se clasează pe locul al treilea în Europa Centrală și de Est și pe locul 12 la nivelul continentului european. Ridicarea restricțiilor din martie 2021 a dus la orientarea consumatorilor către produse specifice activităților outdoor (ex.: Fashion, Beauty, Lifestyle), a căror valoare medie este mai mică decât cea a produselor de folosință îndelungată (în special electronice și electrocasnice sau mobilier), preferate în perioada pandemiei. Deși bilanțul de 6,3 miliarde de euro de la finalul anului trecut este similar cu cel din 2021, numărul de tranzacții online a crescut, la fel și numărul cumpărătorilor – ceea ce arată diversificarea tipurilor de produse achiziționate online de către români și descoperirea avantajelor oferite de comerțul electronic: economie de timp și bani. Anul 2023 aduce cu el o creștere a pieței de e-commerce, iar răbdarea și principiul de „step-by-step” îi va ajuta pe comercianți să evolueze. Investitorii continuă să investească în canalele digitale, iar comercianții mici și medii sunt atrași tot mai mult de dezvoltarea unui magazin online și vizibilitate pe canalele de promovare digitală. Se investesc sume în creștere, se face awareness, se fac promoții, iar consumatorii găsesc în mediul online oferta și comoditatea pe care o caută.

Comerțul electronic a devenit din ce în ce mai popular în România, atât la oraș, cât și în mediul urban, potrivit unei analize, care mai arată că numărul românilor din zonele rurale care comandă online a crescut cu 22,8% în 2022. Conform datelor de la Institutul Național de Statistică (INS), citate într-o analiză a Asociației Române a Magazinelor Online (ARMO), numărul românilor cu reședința în zone rurale care comandă online a crescut cu 22,8% în ultimele 12 luni, peste creșterea de 10% înregistrată în rândul clienților din urban. Totuși, la nivel general, ponderea persoanelor din mediul urban care fac cumpărături online rămâne în continuare crescută (71,5%), fiind cu 13,2 puncte procentuale mai mare decât a celor din mediul rural (58,3%), conform analizei. Creșterea comerțului online în zonele rurale, este susținută de dezvoltarea infrastructurii de livrare, dar și de utilizarea internetului pe mobil. De asemenea, în România calitatea serviciilor aferente comerțului online (consultanță, livrare, retur) este bună. Livrarea standard, de 24-48 de ore de la plasarea comenzii, este unul dintre principalele atuuri ale sectorului.

5.3. OBICEIURI ALIMENTARE

Obiceiurile alimentare din România reflectă o atenție deosebită acordată gustului, calității și tradițiilor gastronomice. În ceea ce privește interacțiunile sociale la masă, românii au propriile tradiții și politețe. La o masă în grup, este obișnuit să îți urezi unul altuia "Poftă bună" sau "Să aveți poftă!", exprimând astfel dorința unei experiențe culinare plăcute.

Bucătăria românească este celebrată pentru diversitatea sa, influențată de istorie și de diversitatea culturală a regiunii. O masă tradițională românească 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 românești sunt inspirate de influențe din Balcani, Europa Centrală și de Est. Bucătăria românească este variată, un amestec între bucătăria locală, turcească și austro-ungară. Produsele locale, legumele, carnea și lactatele ocupă un loc important în gastronomia românească, iar utilizarea lor în preparatele tradiționale este frecventă. Printre ingredientele specifice se numără mămăliga, sarmalele, brânza și diversele tipuri de carne. Supele, precum ciorba, sunt, de asemenea, tradiționale.

Bucătăria tradițională românească se distinge prin preparatele sale autentice și variate, reflectând bogata moștenire culinară a țării. Cele mai emblematice preparate românești sunt: Mămăliga - o variantă locală a polentei, este adesea servită ca și acompaniament la diverse feluri de mâncare, constituind un element de bază în gastronomia românească; Sarmalele - Foi de varză sau viță de vie umplute cu amestec de carne și orez, reprezentând un preparat tradițional, mai ales în perioada sărbătorilor, cu un gust savuros și aromat; Mici sau Mititei - Fripturi mici de carne, adesea consumate în timpul grătarului de weekend, cunoscute pentru aromele lor bogate și pentru a fi deliciul întâlnirilor sociale. Obiceiurile alimentare specifice sărbătorilor sunt cozonacul, un desert îmbogățit cu nuci sau cacao, consumat în mod tradițional în timpul sărbătorilor, aducând o notă dulce și festivă. O altă tradiție de Paște sunt ouăle roșii, ouăle sunt vopsite în roșu pentru a simboliza sângele lui Isus Cristos, reprezentând o practică autentică și înălțătoare. Pâinea ocupă un loc central în alimentația românească, cu o varietate de pâine proaspăt coaptă, chifle și produse de patiserie, ca o expresie a tradiției locale. Băuturile alcoolice tradiționale românești sunt țuica și palinca de prune sau mere, adesea preparate în gospodăriile locale, completează perfect experiența gastronomică. Totodată, România are o tradiție viticolă veche, iar vinurile locale, cu arome distincte, sunt apreciate atât în cadrul evenimentelor festive, cât și în viața de zi cu zi.

Pe lângă mâncarea tradițională, odată cu creșterea urbanizării și expunerea la culturi alimentare internaționale, fast-food-urile și restaurantele internaționale devin tot mai populare în orașe, oferind o diversitate de opțiuni alimentare pentru toate gusturile.

Totodată, oamenii devin tot mai interesați de alimentația sănătoasă, cu o creștere a preferinței pentru produse locale și organice, reflectând preocuparea pentru sănătate și sustenabilitate în alegerile alimentare cotidiene. Potrivit rezultatelor unui studiu Danone România despre interesul și comportamentul de consum al românilor, în privința produselor pe bază de plante și dietă flexitariană. Potrivit datelor, 85% dintre consumatorii de carne la nivel național includ produse din carne în mesele lor fie zilnic, fie de câteva ori pe săptămână. Cu toate acestea, deși carnea rămâne un aliment de bază în meniurile românilor, interesul pentru o alimentație bazată pe un consum mai mare de produse pe bază de plante s-a triplat în ultimul an. Astfel, 30% dintre români consumă regulat produse pe bază de plante, 10% dintre aceștia aproape în fiecare zi. Categoria produselor pe bază de plante se bucură de o creștere constantă în ultimii ani pe piața locală, evoluția fiind determinată de maximizarea beneficiilor pentru sănătate ale unei diete pe bază de plante. Conform analizei Danone România, 41% dintre români consideră că produsele pe bază de plante sunt benefice pentru sănătate, în timp ce 20% achiziționează astfel de produse pentru gustul lor, iar 13% iau în calcul mediul înconjurător. Potrivit GreenReport¹⁴ 83% dintre participanții la studiu consideră că ar putea adăuga în meniul lor și alternative fără carne din motive de sănătate, în timp ce 30% din populație consumă produse pe bază de plante în mod regulat, iar 32% în mod ocazional. Consumul săptămânal de produse pe bază de plante este mai ridicat în rândul grupei de vârstă 18 și 25 de ani (43% din categoria de vârstă având un consum săptămânal).

Aceste elemente ilustrează evoluția și diversitatea în continuă schimbare a bucătăriei românești, păstrând în același timp tradițiile autentice și adaptându-se la noile tendințe și influențe.

În timpul meselor, românii acordă o importanță deosebită interacțiunilor sociale. Discuțiile la masă sunt prilej de conectare și împărtășire a experiențelor zilnice. Contactul vizual și salutul sunt aspecte importante ale acestor momente, contribuind la atmosfera plăcută. După masă, este obișnuit să se ofere cafea sau un desert, iar ospitalitatea este o valoare adânc înrădăcinată în cultura românească.

În ceea ce privește obiceiurile alimentare de zi cu zi, românii încep ziua cu un mic dejun consistent, format din produse locale precum pâinea proaspătă, brânzeturile, ouăle, roșiile și iaurtul. La prânz, preferă mese mai consistente, iar pauza de prânz este văzută ca o oportunitate de relaxare și socializare. Procurarea produselor proaspete și locale este apreciată, iar piețele și supermarketurile sunt destinații frecvente pentru achiziții zilnice.

România este cunoscută pentru deserturile sale delicioase, iar cozonacul și plăcintele cu diferite umpluturi sunt printre cele mai apreciate. De asemenea, cafeaua și ceaiul au un rol important în cultură și sunt adesea

¹⁴ <https://green-report.ro/>

servite în timpul întâlnirilor sociale. Aceste aspecte ale obiceiurilor alimentare și sociale contribuie la bogăția și diversitatea peisajului culinar și cultural al României.

6. COMPORTAMENTE ÎN AFACERI ÎN ROMÂNIA

Comportamentele și eticheta în lumea afacerilor din România reflectă valorile culturale și normele sociale specifice acestei țări. În lumea afacerilor din România, comportamentele și eticheta joacă un rol esențial în interacțiunile profesionale și în construirea relațiilor de afaceri durabile. Cu o istorie bogată și o diversitate culturală, mediul de afaceri din România este influențat de tradiții, valori și practici care reflectă atât contextul local, cât și influențele internaționale.

Un aspect important al comportamentelor în mediul de afaceri din România este respectul acordat relațiilor interpersonale. În timpul întâlnirilor de afaceri, se acordă o atenție deosebită creării și menținerii unei atmosfere prietenoase și deschise. Salutul este o expresie a politicii și se face în mod obișnuit printr-un ferm și sincer strâns de mână, reflectând respectul reciproc. De asemenea, în cadrul întâlnirilor de afaceri, este important să se acorde atenție formalităților, cum ar fi adresarea corectă a persoanelor, utilizarea titlurilor sau formularea invitațiilor. Ambianța este adesea una relaxată și deschisă, însă profesionalismul rămâne o prioritate în toate interacțiunile.

În ceea ce privește comunicarea, se pune un accent deosebit pe claritate și concizie. Oamenii de afaceri români apreciază abilitatea de a comunica eficient și de a oferi informații relevante și precise. În timpul discuțiilor, se promovează schimbul deschis de idei, iar ascultarea atentă este considerată o calitate valoroasă în contextul negocierilor și al luării deciziilor. Negocierea și luarea deciziilor în mediul de afaceri din România sunt procese adesea bazate pe relații personale. Construirea încrederii și a unei bune reputații profesionale sunt esențiale pentru reușita în lumea afacerilor. Persistența și răbdarea sunt apreciate în procesul de negociere, iar respectul pentru partenerii de afaceri este considerat o modalitate de a consolida colaborările viitoare. Pe lângă aceste aspecte, participarea la evenimente sociale sau de networking este o practică comună în mediul de afaceri românesc. Aceste ocazii oferă profesioniștilor șansa de a stabili contacte și relații informale, consolidând astfel legăturile profesionale.

Limba: Limba oficială în România este limba română. Cu toate acestea, în mediul de afaceri, multe persoane vorbesc, de asemenea, limba engleză sau alte limbi străine, în special în contextul interacțiunilor internaționale. Comunicarea în engleză este des întâlnită, iar aprecierea pentru efortul de a învăța câteva cuvinte sau expresii în limba română poate contribui la îmbunătățirea relațiilor profesionale.

- Familiarizarea cu expresiile de bază în limba română poate demonstra un respect autentic față de cultura locală și poate facilita interacțiunile de afaceri. Câteva expresii simple, precum "Bună ziua" sau "Mulțumesc," pot adăuga o notă personală în comunicare. În plus, cunoașterea numerelor, zilelor săptămânii și salutarilor de bază poate contribui la crearea unei atmosfere mai prietenoase.
- Dacă nu vorbiți româna sau nu aveți cunoștințe solide în această limbă, limba engleză poate fi utilizată pentru comunicarea de afaceri. Documentele și comunicările scrise sunt adesea disponibile în engleză, iar majoritatea profesioniștilor din România pot comunica eficient în această limbă.
- Chiar dacă interacțiunile se desfășoară în limba engleză, recunoașterea efortului de a învăța câteva cuvinte în limba română poate fi bine primită. Utilizarea unor expresii de politețe sau saluturi în limba locală arată un interes autentic pentru cultura și limba română, consolidând astfel legăturile profesionale.
- În situațiile în care este necesară o traducere mai complexă sau pentru documente formale, serviciile de traducere profesionale pot fi luate în considerare. Acestea contribuie la asigurarea unei înțelegeri clare în cadrul negocierilor sau a documentelor legale.

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

Salutul: În România, salutarile reprezintă o parte importantă a interacțiunilor sociale, inclusiv în lumea afacerilor. Strângerea de mână este cel mai obișnuit mod de a saluta și se face cu fermitate și încredere. Acest gest este un simbol al sincerității și deschiderii. Când vă întâlniți cu colegi de afaceri sau parteneri, este recomandat să îi salutați printr-o strângere de mână și să vă uitați în ochii lor pentru a exprima atenția și respectul. În mediul de afaceri, este de asemenea obișnuit să vă adresați partenerilor de afaceri cu "Domn" sau "Doamnă" urmate de numele lor de familie, ca o formă de respect. De exemplu, "Domnul Popescu" sau "Doamna Ionescu." Sărutul pe obraz nu este o practică comună în contextul afacerilor în România. Este posibil să vedeți oameni care se sărută pe obraji în context social, dar acest gest nu este, în general, introdus în mediul de afaceri. Este important să fiți deschiși și prietenoși în timpul salutului, dar să mențineți un ton profesional. Respectarea spațiului personal și a formalităților sociale ajută la stabilirea unei atmosfere de colaborare și înțelegere în cadrul relațiilor de afaceri din România.

Vestimentația: În România, vestimentația joacă, de asemenea, un rol semnificativ în eticheta afacerilor și contribuie la prima impresie pe care o lăsați în mediul de afaceri. Pentru a vă asigura că respectați normele culturale locale și pentru a crea o imagine profesională. În general, se apreciază îmbrăcămintea elegantă și profesională în mediul de afaceri românesc. Bărbații sunt așteptați să poarte costume sau sacouri, iar femeile pot opta pentru costume elegante sau rochii. Culorile neutre, precum negru, gri sau albastru, sunt adesea preferate în contextul afacerilor. Este important să țineți cont de posibilele diferențe regionale în ceea ce privește stilul vestimentar. În marile orașe, cum ar fi București, stilul poate fi mai urban și occidentalizat, în timp ce în zonele mai tradiționale sau în mediul rural, s-ar putea aprecia o abordare mai conservatoare. Atât bărbații, cât și femeile ar trebui să acorde atenție detaliilor. Cravatele, bijuteriile și încălțăminte ar trebui să denote profesionalism și atenție la detaliu. Totuși, evitați accesorii prea îndrăznețe sau zgomotoase, menținând un echilibru subtil și elegant. Alegeți haine care exprimă modestie și respect. Este recomandat să evitați ținutele provocatoare sau decolteurile adânci, în special în contextul afacerilor. Pentru femei, o abordare mai conservatoare este adesea apreciată. Dacă sunteți nesigur cu privire la normele vestimentare specifice pentru o anumită regiune sau tip de întâlnire, este util să faceți puțină cercetare sau să cereți sfaturi în prealabil pentru a vă asigura că vă încadrați în așteptări.

În concluzie, vestimentația în mediul de afaceri din România ar trebui să reflecte eleganța și profesionalismul, adaptându-se la specificul regional și respectând valorile culturale locale. Prin alegerea unei vestimentații adecvate și respectarea detaliilor, veți contribui 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 România. Aceasta nu este doar o trăsătură culturală, ci și o componentă crucială în stabilirea și menținerea parteneriatelor de afaceri. În mediul de afaceri românesc, construirea și menținerea relațiilor personale pozitive sunt considerate esențiale. Companiile preferă să lucreze cu parteneri cu care au stabilit o relație de încredere și respect reciproc. În timpul negocierilor, construirea unei relații personale solide poate influența semnificativ rezultatele. Încrederea și respectul mutual între parteneri creează un cadru propice pentru negocieri echitabile și durabile. În România, adesea, succesul în afaceri este legat de conexiunile personale și rețelele profesionale. Persoanele care au relații bune în mediul de afaceri au șanse mai mari de a accesa oportunități și resurse valoroase. Cultura afacerilor din România poate fi mai informală în comparație cu alte țări. Construirea de relații personale implică adesea interacțiuni informale, precum prânzuri sau evenimente sociale, care facilitează legăturile dintre profesioniști. Odată ce s-a stabilit o relație personală solidă, există o tendință de loialitate și de împărtășire a informațiilor între parteneri. Acest lucru poate facilita colaborările pe termen lung și poate sprijini dezvoltarea afacerilor. Într-o piață în care reputația și recomandările au un impact semnificativ, construirea și menținerea unor relații personale pozitive contribuie la o imagine de încredere și la susținerea pe termen lung a afacerii. Atunci când apar probleme sau conflicte în afaceri, relațiile personale pot juca un rol important în soluționarea acestora. Comunicarea deschisă și înțelegerea reciprocă pot contribui la depășirea obstacolelor.

În concluzie, în mediul de afaceri din România, investiția în relații personale autentice și durabile este esențială pentru succesul pe termen lung. Construirea unor conexiuni bazate pe încredere și respect contribuie la un climat favorabil pentru negocieri, colaborări și dezvoltare continuă în cadrul mediului de afaceri românesc.

Respectul pentru timp: Respectul pentru timp în mediul de afaceri din România poate varia în funcție de context, iar înțelegerea unor aspecte legate de punctualitate poate contribui la construirea unor relații profesionale eficiente. În general, punctualitatea este valorizată în mediul de afaceri din România. Fiind la timp la întâlniri și evenimente de afaceri demonstrează respect pentru timpul celorlalți și indică un nivel înalt de profesionalism. Programarea în afaceri poate fi percepută ca fiind mai riguroasă decât în alte culturi, iar întâlnirile pot începe și se pot încheia la ore precise. Cu toate acestea, există situații în care flexibilitatea în ceea ce privește orele poate fi acceptată, mai ales în contexte mai informale. Fiind pregătit pentru întâlniri este esențial în mediul de afaceri din România. Asigurați-vă că aveți toate informațiile și materialele necesare la îndemână pentru a eficientiza discuțiile și pentru a evita întârzierile. În timpul întâlnirilor de afaceri, pot exista tendințe către o abordare mai lentă și mai indirectă a discuțiilor. Acordarea atenției la detalii și manifestarea răbdării sunt calități apreciate în procesul de luare a deciziilor. Procesul de luare a deciziilor poate dura mai mult decât în alte culturi de afaceri. Este important să fiți pregătit pentru posibilele întârzieri și să manifestați înțelegere în ceea ce privește gestionarea timpului în discuțiile și negocierile de afaceri. În concluzie, punctualitatea rămâne un aspect important în afacerile din România, dar există unele situații în care flexibilitatea poate fi acceptată. Pregătirea atentă pentru întâlniri, răbdarea în discuții și respectul pentru ritmul local pot contribui la construirea de relații profesionale de succes în mediul de afaceri românesc.

Negocierea: Negocierea în România are o abordare care pune accent pe relațiile personale și încrederea, fiind un proces în care aspectele culturale și sociale joacă un rol esențial. Iată cum se desfășoară procesul de negociere în mediul de afaceri românesc:

- **Construirea Relațiilor Personale:** În România, construirea de relații personale solide este la fel de importantă ca în alte culturi de afaceri. Întâlnirile pre-negociere pot include momente sociale, cum ar fi cîinele sau discuții informale, pentru a dezvolta relații autentice și încredere reciprocă. Manifestarea unui interes sincer față de partenerii de afaceri și respectarea valorilor și culturii locale sunt aspecte cheie.
- **Abordare Cu Sensibilitate:** Negocierea în România poate implica o abordare mai indirectă. Se acordă o atenție deosebită schimbului de oferte și contraoferte pentru a ajunge la un acord satisfăcător. Procesul poate include momente de pauză și reflecție, iar răbdarea este apreciată în timpul acestor discuții.
- **Respect Reciproc:** Respectul reprezintă un principiu fundamental în negocierea românească. Este crucial să arătați respect atât pentru partenerii de afaceri, cât și pentru valorile și cultura lor. Ascultarea atentă, înțelegerea diferitelor perspective și evitarea tacticii agresive contribuie la o atmosferă pozitivă în timpul negocierilor.
- **Dezvoltarea Încrederii:** Încrederea este esențială în mediul de afaceri românesc. Respectarea angajamentelor și cuvântului dat joacă un rol crucial în construirea încrederii reciproce. Onorarea promisiunilor făcute în cadrul negocierilor contribuie la consolidarea relațiilor profesionale.
- **Flexibilitatea în Negocieri:** Negocierea în România poate fi percepută ca fiind mai flexibilă și mai puțin rigidă, oferind posibilitatea schimbărilor sau adaptărilor pe parcurs. Aprecierea acestei flexibilități și adaptarea la evoluțiile relației personale și de încredere sunt esențiale.

Respect pentru proprietate: Respectul pentru proprietate și conformitatea cu legile sunt la fel de importante în mediul de afaceri din România, reprezentând piloni fundamentali ai eticii afacerilor și contribuind la menținerea unor relații profesionale sănătoase. În România, respectul pentru drepturile de proprietate, inclusiv cele intelectuale și cele de autor, este o normă strică. Orice formă de încălcare a acestor drepturi, precum furtul de proprietate intelectuală sau plagierea, este tratată cu seriozitate și poate atrage consecințe legale și prejudicierea reputației unei persoane sau a unei companii. Este esențial să fiți conștienți de aceste drepturi și să le respectați în toate aspectele activităților de afaceri. Conformitatea cu legile locale reprezintă un aspect fundamental în mediul de afaceri românesc. Aceasta acoperă legislația fiscală, regulamentele comerciale, legislația muncii și alte reglementări relevante. Pentru a evita problemele legale și litigiile, este crucial să fiți bine informați cu privire la toate legile aplicabile și să le respectați în mod corespunzător.

Etica în afaceri are o pondere semnificativă în România. Comportamentul necorespunzător sau etică discutabilă poate afecta grav relațiile de afaceri și reputația unei persoane sau a unei companii. Evitați practicile afacerilor inadecvate și orice comportament considerat imoral sau necorespunzător în mediul de afaceri românesc. Responsabilitatea socială corporativă devine tot mai importantă în mediul de afaceri din România. Companiile sunt încurajate să contribuie la binele societății și să respecte mediul înconjurător. Acest lucru poate include acțiuni precum reducerea impactului asupra mediului, sprijinirea comunității locale sau angajamente în domeniul carității. Adoptarea unei abordări responsabile și etice în afaceri poate contribui la construirea unei reputații pozitive și consolidarea relațiilor cu partenerii de afaceri și comunitatea.

În România, respectarea contractelor este fundamentală pentru eticheta în afaceri. Semnarea unui acord sau a unui contract impune respectarea strictă a obligațiilor. Nerespectarea angajamentelor contractuale poate avea consecințe legale și poate afecta încrederea și relațiile de afaceri. În concluzie, respectul pentru proprietate și conformitatea cu legile și etica în afaceri sunt aspecte cruciale în mediul de afaceri din România. Prin respectarea regulilor legale și etice, veți contribui la menținerea unor relații de afaceri solide și la menținerea unei reputații impecabile în această țară cu standarde ridicate în domeniul drepturilor de proprietate și eticii afacerilor.

Comunicarea: Comunicarea eficientă reprezintă un aspect fundamental în cultura de afaceri din România și joacă un rol semnificativ în dezvoltarea și menținerea relațiilor profesionale solide. Menținerea unui ton respectuos și politicos în comunicare este esențială în mediul de afaceri din România. Limbajul vulgar sau jignitor poate fi considerat nepotrivit și poate afecta negativ relațiile cu partenerii de afaceri. Prin utilizarea unui limbaj adecvat și manifestarea unui respect sincer, puteți crea un mediu propice pentru negocieri și colaborări de succes. Românii acordă o mare importanță respectării cuvântului dat și a promisiunilor în contextul afacerilor. Este esențial să vă țineți de cuvânt și să respectați angajamentele asumate. Neîndeplinirea promisiunilor poate duce la erodarea încrederii partenerilor de afaceri și la consecințe negative în relațiile profesionale.

În timpul discuțiilor de afaceri în România, aprecierea introducerii unor conversații personale sau a unor momente de interacțiune mai informale poate contribui la construirea de relații autentice. Deschiderea către discuții despre viața personală sau familie poate ajuta la dezvoltarea încrederii reciproce și la stabilirea unor conexiuni mai profunde între partenerii de afaceri. Flexibilitatea în abordarea discuțiilor de afaceri și adaptabilitatea la stilurile de comunicare ale partenerilor sunt apreciate în mediul de afaceri românesc. Fiți deschiși la variatele modalități de comunicare și la diferitele stiluri de negociere pentru a facilita interacțiunile în mediul de afaceri. Pentru a realiza o comunicare eficientă în mediul de afaceri din România, este esențial să acordați atenție limbajului și tonului utilizate, să respectați cuvântul dat și angajamentele, să adoptați o abordare personală a discuțiilor și să fiți flexibili în interacțiunile cu partenerii de afaceri. Prin aceste practici, veți contribui la construirea de relații profesionale durabile și de succes în peisajul afacerilor din România.

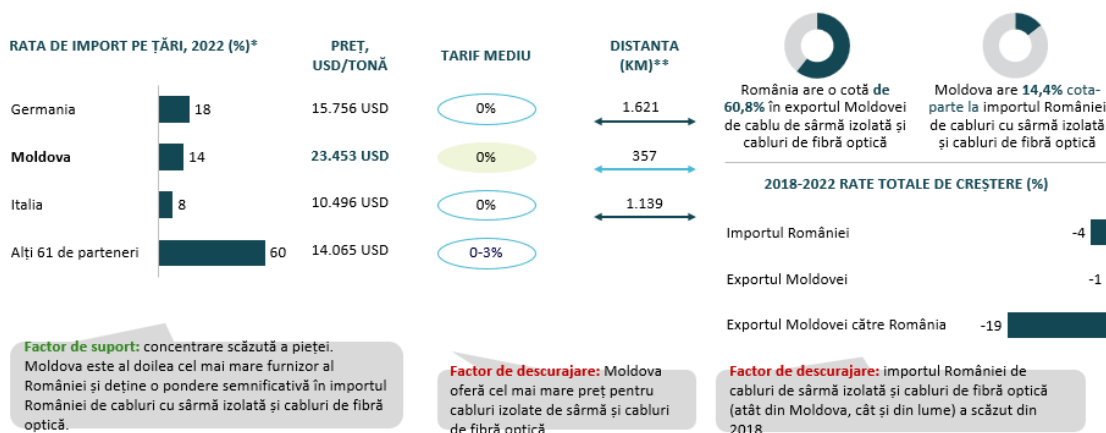
În concluzie, în mediul de afaceri din România, comunicarea deschisă, sinceră și respectuoasă reprezintă piloni esențiali pentru atingerea succesului profesional. Prin menținerea unui limbaj adecvat, respectarea cuvântului dat și manifestarea unui interes autentic pentru viața personală a colegilor de afaceri, puteți construi relații profesionale solide și profitabile în această cultură de afaceri prietenoasă și orientată spre relații personale. Respectarea valorilor culturale și a etichetei locale este esențială pentru a avea succes în lumea afacerilor din România. Într-o țară caracterizată de relații personale puternice, profesionalismul și respectul joacă un rol central în interacțiunile de afaceri. Construirea încrederii, comunicarea deschisă și respectarea valorilor culturale locale sunt cheia pentru prosperitate în mediul de afaceri românesc. Demonstrați interes și respect față de cultura și normele locale, iar acest lucru va contribui la dezvoltarea de relații profesionale durabile și profitabile în peisajul afacerilor din România. În România, afacerile sunt caracterizate de conexiuni personale autentice, respect reciproc și o abordare profesională, iar aceste elemente sunt esențiale pentru a realiza succesul în mediul de afaceri românesc.

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

CABLURI CU SĂRMĂ IZOLATĂ, INCLUSIV EMAILATĂ SAU ANODIZATĂ, CABLURI DE FIBRĂ OPTICĂ



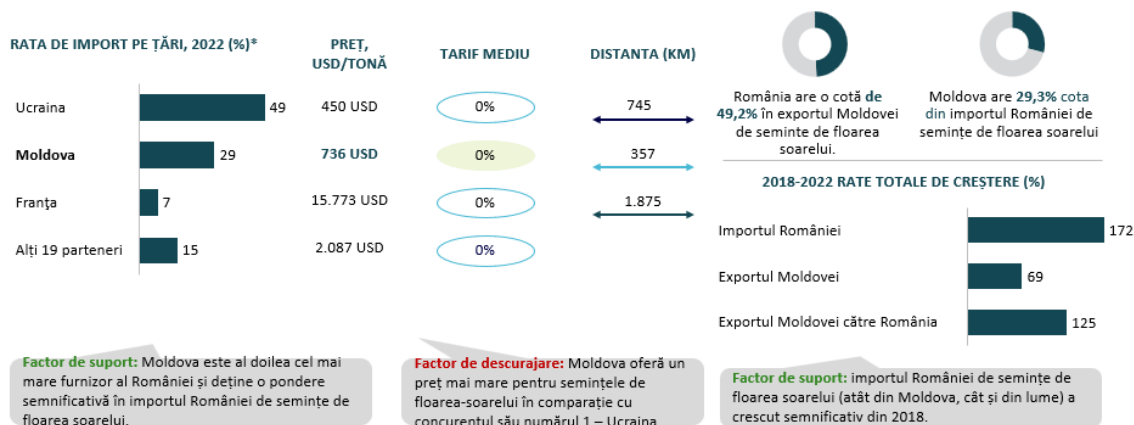
- Importurile României reprezintă **1,3% (2 miliarde USD)** din importurile mondiale de cabluri izolate și cabluri de fibră optică, devenind al **21-lea cel mai mare importator din lume**.
- Moldova este al **2-lea cel mai mare furnizor din România** de cabluri de sărmă izolată și cabluri de fibră optică.



SEMIȚE DE FLOAREA SOARELUI, INCLUSIV DECOJITE



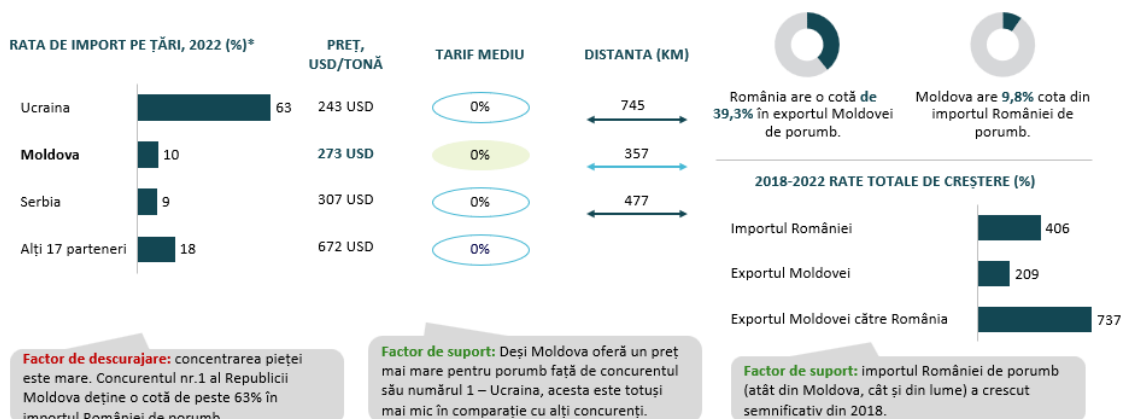
- Importurile României reprezintă **7,2% (565 milioane USD)** din importurile mondiale de semințe de floarea soarelui, devenind al **patrulea cel mai mare importator din lume**.
- Moldova este al **2-lea furnizor** de semințe de floarea soarelui din România.



PORUMB



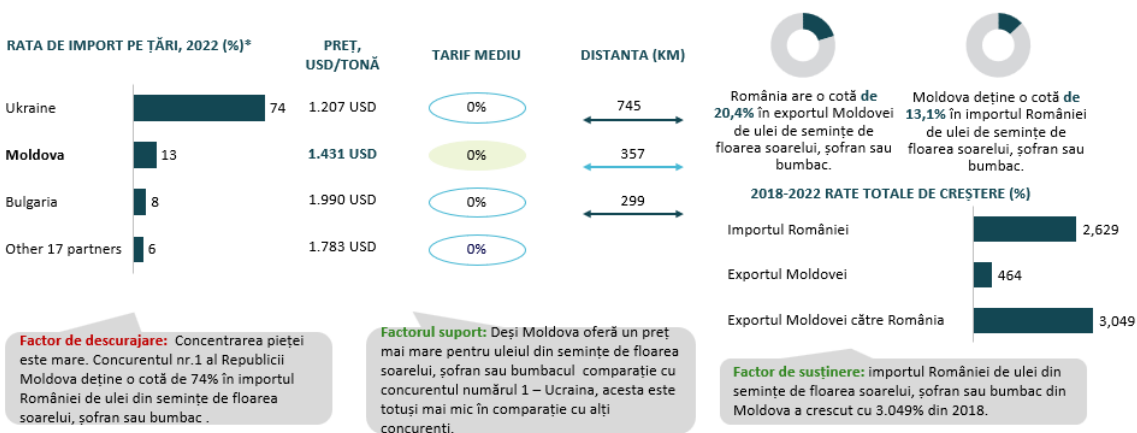
- Importurile României reprezintă **0,8% (1,4 miliarde USD)** din importurile mondiale de porumb, devenind al **31-lea cel mai mare importator din lume**.
- Moldova este al doilea cel mai mare furnizor de porumb al României.



ULEI DIN SEMINȚE DE FLOAREA SOARELUI, ȘOFRAN SAU BUMBAC



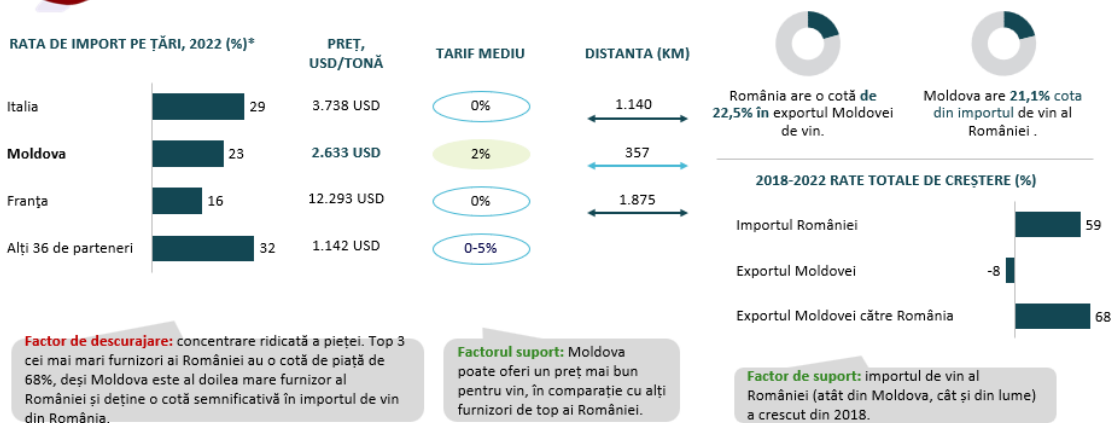
- Importurile României reprezintă **0,9% (573 milioane USD)** din importurile mondiale de ulei din semințe de floarea soarelui, șofran sau bumbac, devenind al **21-lea cel mai mare importator din lume**.
- Moldova este al **2-lea furnizor de ulei din semințe de floarea soarelui, șofran sau bumbac** al României.



VIN DIN SUGURI PROASPEȚI



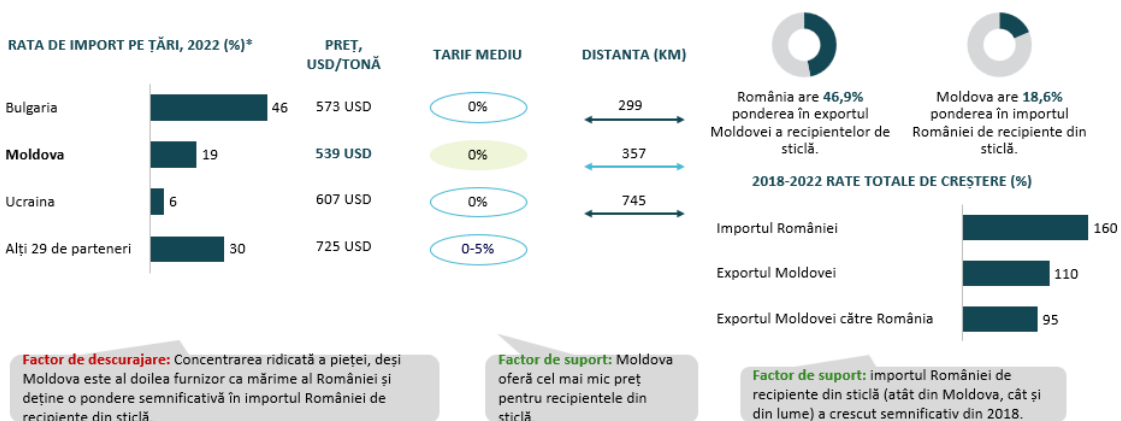
- Importurile României reprezintă **0,3% (124 milioane USD)** din importurile mondiale de vin, devenind al **37-lea cel mai mare importator din lume**.
- Moldova este al **2-lea furnizor de vin din România**.



STICLE, BORCANE, OALE, FIOLE ȘI ALTELE RECIPIENTE DIN STICLĂ



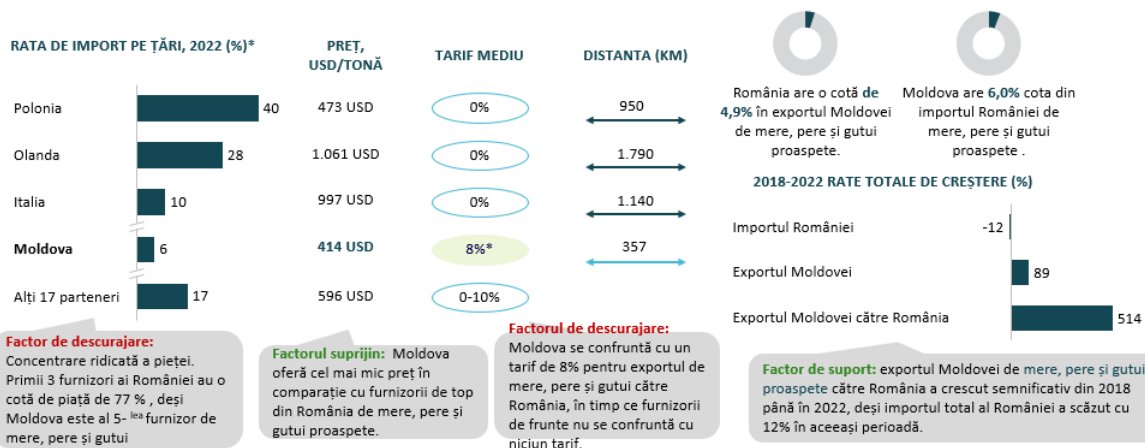
- Importurile României reprezintă **1,5% (217 milioane USD)** din importurile mondiale de sticle, borcane, oale, fiole și alte recipiente, devenind al **15-lea importator din lume**.
- Moldova este al **2-lea furnizor de recipiente din sticlă din România**.



\\ MERE, PERE ȘI GUTUI PROASPETE



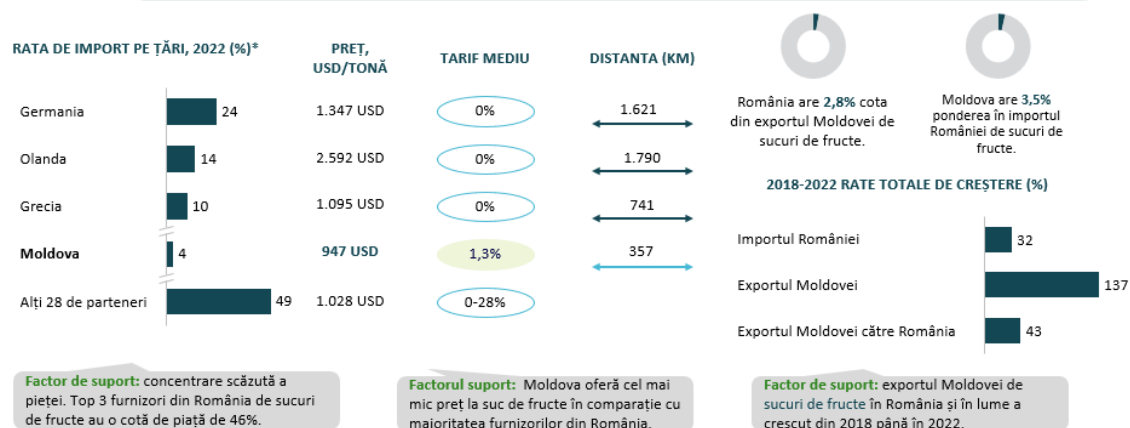
- Importurile României reprezintă **0,7% (75 milioane USD)** din importurile mondiale de mere, pere și gutui proaspete, devenind al **31-lea cel mai mare importator din lume**.
- Moldova este al **5-lea furnizor** de mere, pere și gutui proaspete din România.



\\ SUCURI DE FRUCTE, INCLUSIV MUST DE STRUGURI ȘI SUCURI DE LEGUME



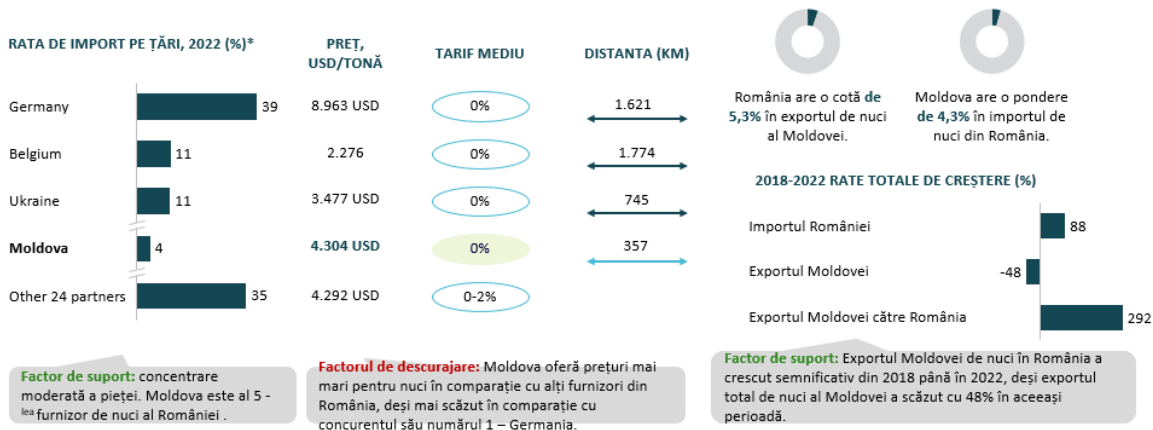
- Importurile României reprezintă **0,4% (64 milioane USD)** din importurile mondiale de sucuri de fructe, devenind al **35-lea cel mai mare importator din lume**.
- Exportul total al Republicii Moldova de sucuri de fructe a crescut cu **137% din 2018 până în 2022**.



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



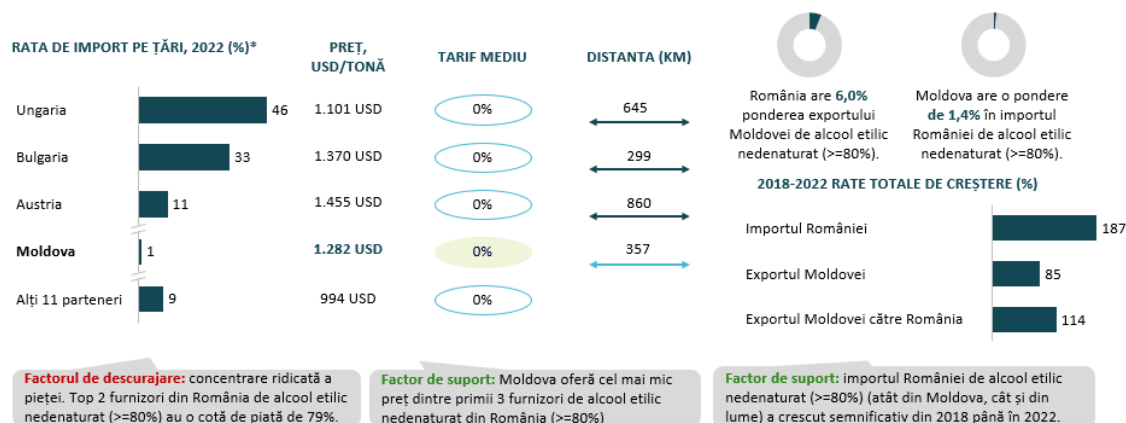
- Importurile României reprezintă **0,4% (63 milioane USD)** din importurile mondiale de nuci proaspete sau uscate, devenind al **41-lea cel mai mare importator din lume**.
- Moldova este al **5-lea furnizor de nuci din România**.



ALCOOL ETILIC NEDENATURAT CU O TĂRIE ACOOLICĂ DE >= 80%



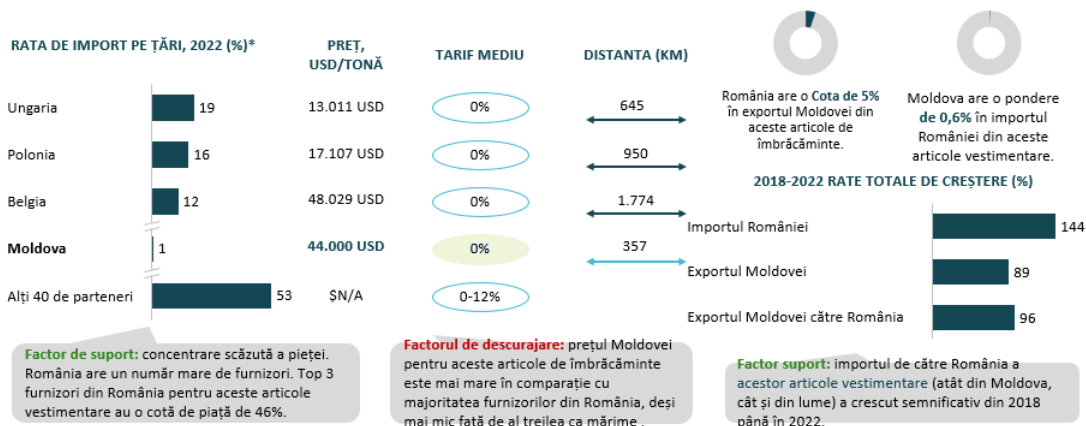
- Importurile României reprezintă **1,4% (195 milioane USD)** din importurile mondiale de alcool etilic nedenaturat (>=80%), devenind al **17-lea cel mai mare importator din lume**.
- Moldova este al **5-lea furnizor de alcool etilic nedenaturat al României (>=80%)**.



COSTUME, ANSAMBLE, JACHETE, BLAZERE, PANTALONI, SALOPETE, PANTALONI ȘI PANTALONI SCURȚI PENTRU BĂRBAȚI SAU BĂIEȚI



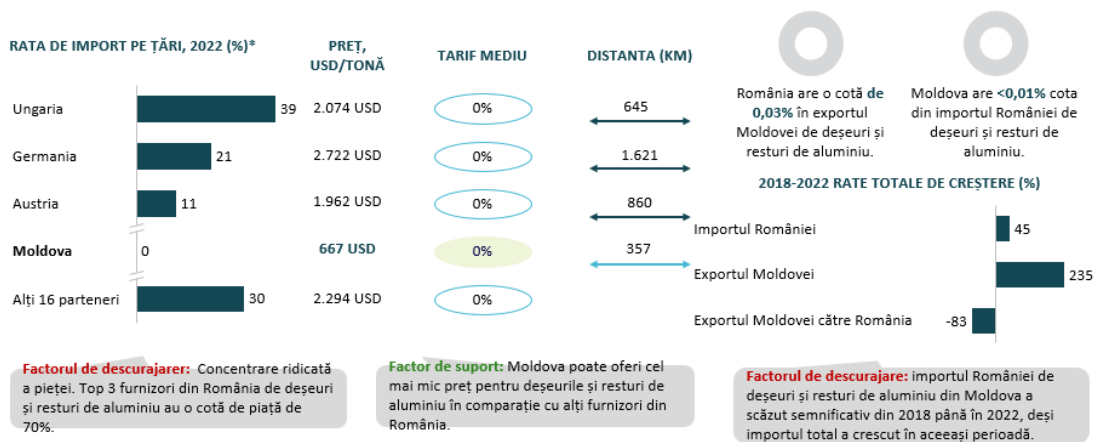
- Importurile României reprezintă **0,6% (84 milioane USD)** din importurile mondiale de costume pentru bărbați sau băieți, ansambluri, jachete, blazere, pantaloni, salopete cu bretele, pantaloni și pantaloni scurți, devenind al **32-lea cel mai mare importator din lume**.
- Exportul Moldovei de aceste articole vestimentare în România a **crescut cu 96% din 2018 până în 2022**.



DEȘURI ȘI RESTURI DE ALUMINIU



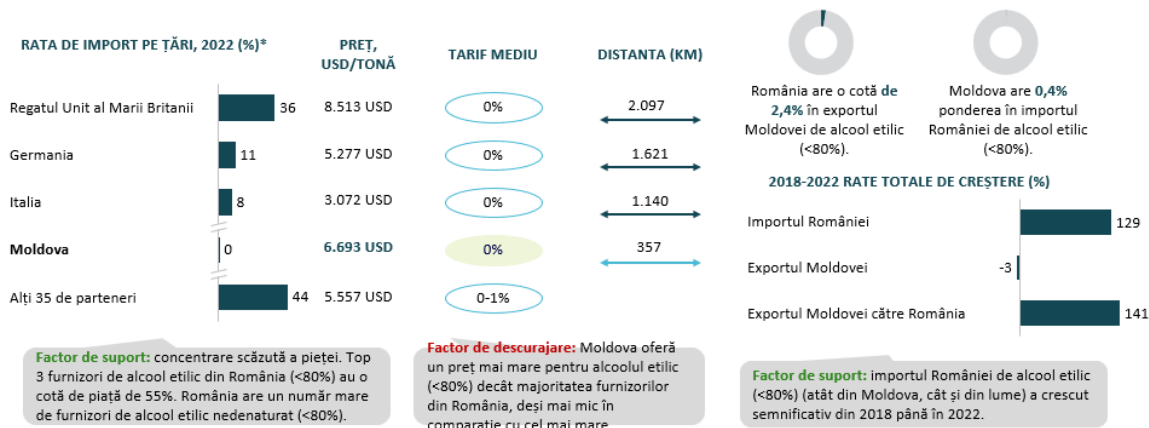
- Importurile României reprezintă **1,1% (226 milioane USD)** din importurile mondiale de deșuri și resturi de aluminiu, devenind al **23-lea cel mai mare importator din lume**.
- Exportul total al Republicii Moldova de deșuri și resturi de aluminiu a **crescut cu 235% din 2018 până în 2022**.



ALCOOL ETIL NEDENATURAT CU O TĂRIE ACOOLICĂ DE < 80%



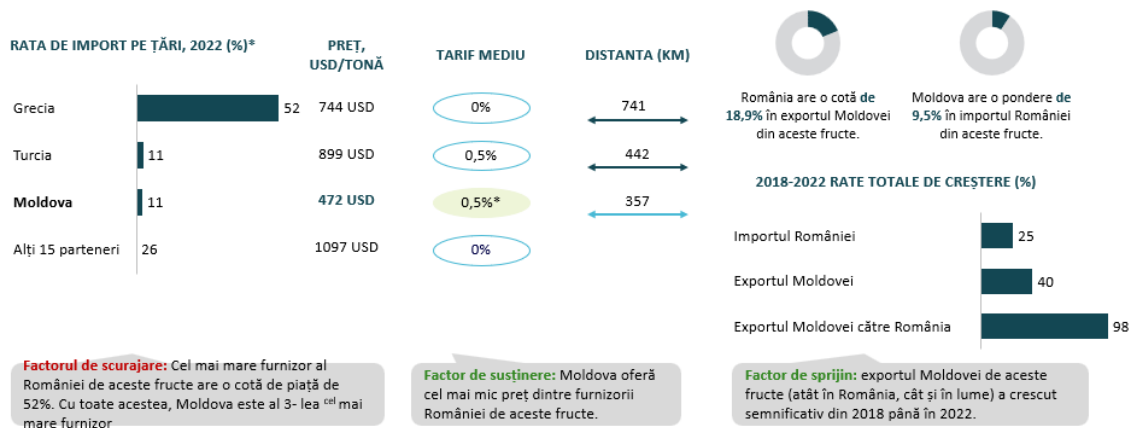
- Importurile României reprezintă **0,7% (248 milioane USD)** din importurile mondiale de alcool etilic (<80%), devenind al **27-lea cel mai mare importator din lume.**
- Exportul Moldovei de alcool etilic nedenaturat (<80%) către România **a crescut cu 141% din 2018 până în 2022.**



CAISE PROASPETE, CIRESE, PIERSICI, NECTARINE ȘI PRUNE PROASPETE



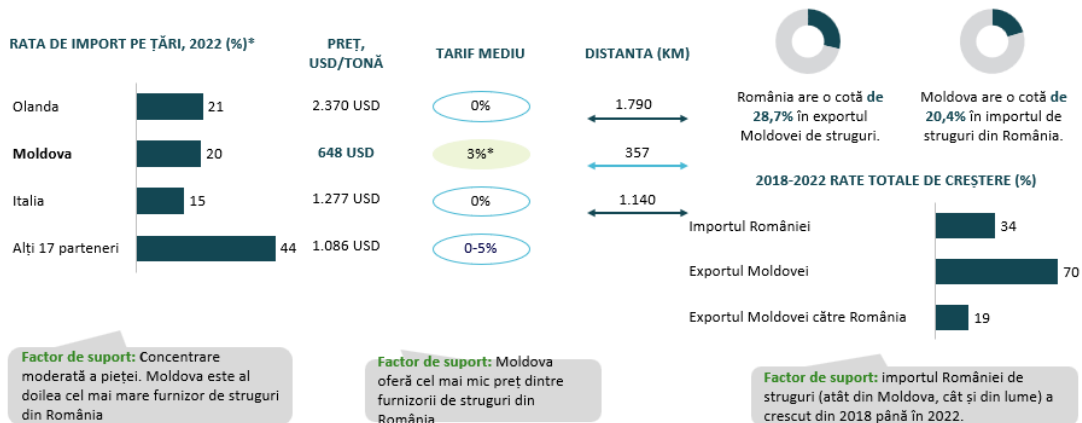
- Importurile României reprezintă **0,7% (59 milioane USD)** din importurile mondiale de caise proaspete, cireșe, piersici, nectarine și prune proaspete, devenind al **21-lea cel mai mare importator din lume.**
- Moldova este al **treilea cel mai mare furnizor al României** de caise, cireșe, piersici, nectarine și prune proaspete.



STRUGURI PROASPEȚI SAU USCAȚI



- Importurile României reprezintă **0,6% (60 milioane USD)** din importurile mondiale de struguri proaspeți sau uscați, devenind al **32-lea cel mai mare importator din lume**.
- Moldova este al 2-lea furnizor de struguri proaspeți sau uscați **din România**.



METODOLOGIA DE IDENTIFICARE A PRODUSELOR PERSPECTIVE DE EXPORT

ABORDAREA 1: Produse de top exportate de Moldova către lume (România are o balanță comercială negativă pentru produse)

1. Extragerea datelor din surse oficiale, cum ar fi Biroul Național de Statistică, UN Comtrade sau trademap.com;
2. Clasificarea produselor moldovenești exportate în România după valoarea exportului pentru ultimul an disponibil.

ABORDAREA 2: Produse de top exportate de Moldova către lume (România are o balanță comercială negativă pentru produse)

1. Extragerea datelor din surse oficiale, cum ar fi Biroul Național de Statistică, UN Comtrade sau trademap.com;
2. Clasificarea produselor moldovenești exportate în lume după valoarea exportului pentru ultimul an disponibil;
3. Extragerea produselor pentru care România are o balanță comercială negativă.

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

1. Identificarea produselor cu balanță comercială pozitivă pentru Moldova și balanță comercială negativă pentru România;
2. Pentru fiecare produs determinarea creșterii anuale a exporturilor totale ale Republicii Moldova în ultimii 5 ani, volumul total de exporturi ale Moldovei în perioada 2018-2022, creșterea anuală a importului total al României în ultimii 5 ani și volumul total importurilor României în 2022;
3. Configurarea unui clasament numeric pentru lista de produse pentru fiecare indicator, cu valori mai mari indicând performanțe mai puternice;
4. Calcularea scorului pentru fiecare produs înmulțind fiecare valoare de rang cu ponderea atribuită și apoi însumând aceste valori ponderate;
5. Produsul cu cel mai mare scor reprezintă cea mai promițătoare perspectivă de export.

8. LISTA FIGURILOR ȘI TABELELOR

8.1. Figuri

FIGURĂ 1. TABLOUL SISTEMULUI BANCAR AL ROMÂNIEI, PRIMELE 9 LUNI ALE ANULUI 2023	13
FIGURĂ 2. VOLUMUL COMERȚULUI EXTERIOR AL REPUBLICII MOLDOVA CU ROMÂNIA, MIL. DOLARI SUA	32
FIGURĂ 3. PONDEREA VOLUMULUI COMERȚULUI EXTERIOR AL REPUBLICII MOLDOVA CU ROMÂNIA ÎN TOTAL COMERȚ EXTERIOR AL REPUBLICII MOLDOVA, %	32
FIGURĂ 4. COMERȚUL EXTERIOR AL REPUBLICII MOLDOVA CU ROMÂNIA, MIL. DOLARI SUA	33
FIGURĂ 5. EVOLUȚIA EXPORTURILOR SPRE ROMÂNIA (MIL. DOLARI SUA), ȘI PONDEREA ÎN TOTAL EXPORTURI (%), ÎN ANII 2018-2022.....	34
FIGURA 6. TOP PRODDUSE EXPORTATE DE REPUBLICA MOLDOVA SPRE ROMÂNIA, 2022	35
FIGURĂ 7. PRINCIPALELE PRODUSE EXPORTATE ÎN ROMANIA ÎN IANUARIE -NOIMBRIE 2022 ȘI 2023, MIL. DOLARI SUA.....	36
FIGURĂ 8. POTENȚIALUL DE EXPORT SPRE ROMÂNIA NEVALORIFICAT DE PRODUCĂTORII AUTOHTONI, ..37	
FIGURĂ 9. EVOLUȚIA IMPORTURILOR DIN ROMÂNIA (MIL. DOLARI SUA) ȘI PONDEREA ÎN TOTAL IMPORTURI (%), ÎN ANII 2018-2022	37
FIGURĂ 10. PRINCIPALELE PRODUSE IMPORTATE DIN ROMÂNIA, SUB ASPECT COMPARATIV 2022-2023, MIL. DOLARI SUA.....	38
FIGURĂ 11. STRUCTURA IMPORTURILOR DIN ROMÂNIA ÎN ANUL 2022, %	39
FIGURĂ 12. TOP 10 PRODUSE IMPORTATE DE REPUBLICA MOLDOVA DIN ROMÂNIA, 2022, %	40
FIGURĂ 13. DEPENDENȚA REPUBLICII MOLODVA DE PRODUSELE ROMÂNEȘTI IMPORTATE, %	41
FIGURĂ 14. BALANȚA COMERCIALĂ CU ROMÂNIA PENTRU PRINCIPALELE CATEGORII DE PRODUSE, ANUL 2022, MII DOLARI SUA.....	42
FIGURĂ 15. TEBELUL CU 21 SECȚIUNI DE MĂRFURI, EXPUSE ÎN UNA DINTRE COMPARTIMENTELE TARIC.....	43

8.2. TABELE

TABEL 1. INFORMAȚII GENERALE COMPARATIVE ROMÂNIA-REPUBLICA MOLDOVA.....	6
TABEL 2. LISTĂ ȚĂRILOR MEMBRE UE DUPĂ PRODUSUL LOR INTERN BRUT, LA CURSURILE DE SCHIMB ALE PIEȚEI SAU OFICIALE ALE GUVERNULUI (PIB NOMINAL), MILIARDE DOLARI SUA	8
TABEL 3. EVOLUȚIA PRINCIPALILOR INDICATORI MACROECONOMICI. PROIECȚII PENTRU 2024	8
TABEL 4. COMERȚUL AGRICOL AL ROMÂNIEI (2018-2022)	9
TABEL 5. REGIUNI VITICOLE ALE ROMÂNIEI.....	10
TABEL 6. PRODUȚIA DE VIN: ROMÂNIA VERSUS REPUBLICA MOLDOVA, 2018-2023, MIL. HL	11
TABEL 7. VOLUMUL MĂRFURILOR TRANSPORTATE PRIN PORTUL DE LA CONSTAȚA.....	15
TABEL 8. ASPECTE COMPARATIVE ROMÂNIA – REPUBLICA MOLDOVA: SISTEMUL ECONOMIC	16
TABEL 9. INVESTIȚII STRĂINE DIRECTE 2020-2022, ROMÂNIA.....	19

TABEL 10. PUNCTE FORTE ȘI PUNCTE SLABE ALE CLIMATULUI INVESTIȚIONAL/DE AFACERI CU ROMANIA	19
TABEL 11. AUTORITĂȚI DE REGLEMENTARE ȘI SUPRAVEGHERE DE INTERES PUBLIC CONFORM SECTOARELOR ECONOMICE.....	21
TABEL 12. LISTA ORGANIZAȚIILOR INTERNAȚIONALE ÎN CARE ROMÂNIA ARE CALITATE DE MEMBRU	24
TABEL 13. DATE COMPARATIVE ROMANIA – REPUBLICA MOLDOVA ÎN CLASAMENTUL GLOMAL AL INOVĂRII, DUPĂ CATEGORII, 2023	26
TABEL 14. UNELE SUBCATEGORII CONFORM GII 2023, A ROMÂNIEI.....	26
TABEL 15. POZIȚIA ÎN CLASAMENTELE INTERNAȚIONALE RELEVANTE DOMENIULUI ECONOMIC ROMANIA VERSUS REPUBLICA MOLDOVA	27
TABEL 16. EXPORTURILE ȘI IMPORTURILE ROMÂNIEI, 2018-2022DA.....	28
TABEL 17. CLASAMENT GLOBAL AL ROMÂNIEI DUPĂ ACTIVITATEA DE IMPORT/EXPORT, 2022	28
TABEL 18. PRINCIPALELE CATEGORII DE PRODUSE EXPORTATE DE ROMÂNIA ÎN ANUL 2022	29
TABEL 19. TOP 10 IMPORTATORI AI ROMÂNIEI, 2022	30
TABEL 20. EVOLUȚIA SCHIMBURILOR COMERCIALE ÎNTRE MOLDOVA ȘI ROMÂNIA ÎN IANUARIE-NOIEMBRIE 2020-2023	33
TABEL 21. TÂRGURI COMERCIALE ÎN ROMÂNIA, 2024.....	50

CIVITTA International
info@civitta.com
+372 735 2802
www.civitta.com

CIVITTA Estonia
info.ee@civitta.com
+372 646 448 8
www.civitta.ee

CIVITTA Romania
Info.ro@civitta.com
+403 180 535 88
www.civitta.ro

CIVITTA Latvia
Info.lv@civitta.com
+371 277 055 85
www.civitta.lv

CIVITTA Moldova
Info.md@civitta.com
+373 797 550 99
www.civitta.md

CIVITTA Lithuania
info.lt@civitta.com
+370 685 266 80
www.civitta.lt

CIVITTA Armenia
Info.am@civitta.com
+374 10 546 434
www.civitta.am

CIVITTA Finland
Info.fi@civitta.com
+358 505 261 694
www.civitta.fi

CIVITTA Serbia
Info.rs@civitta.com
+381 11 2435 489
www.civitta.rs

CIVITTA Denmark
Info.dk@civitta.com
+452 762 80 83
www.civitta.com

CIVITTA Bulgaria
Info.bg@civitta.com
+359 884 076 576
www.civitta.bg

CIVITTA Poland
Info.pl@civitta.com
+48 690 001 286
www.civitta.pl

CIVITTA North Macedonia
info.mk@civitta.com
+389 75 230 439
www.civitta.com

CIVITTA Slovakia
info.sk@civitta.com
+421 901 700 574
www.civitta.sk

CIVITTA Kosovo
info.ks@civitta.com
+383 493 380 55
www.civitta.com

CIVITTA Ukraine
Info.ua@civitta.com
+380 442 270 140
www.civitta.com.ua

CIVITTA Sweden
info.se@civitta.com
www.civitta.com

CIVITTA Belarus
Info.by@civitta.com
+375 296 018 517
www.civitta.by

\ Rămânem în speranța unei colaborări fructuoase și în viitor