



GUVERNUL
REPUBLICII
MOLDOVA



INVEST
MOLDOVA



WORLD BANK GROUP



PROIECTUL
AMELIORAREA
COMPETITIVITĂȚII

EXPORT VISION

REGATUL UNIT

2026



CUPRINS

INTRODUCERE	3
PROFILUL COMPARATIV AL REGATULUI UNIT ȘI AL REPUBLICII MOLDOVA	4
DATE GENERALE DESPRE PIAȚA DE IMPORT A REGATULUI UNIT	7
STRUCTURA ȘI DINAMICA SECTORULUI SERVICIILOR ÎN REGATUL UNIT	12
PIAȚA DE RETAIL DIN REGATUL UNIT	19
REGATUL UNIT CA PARTENER DE AFACERI	25
PRODUSELE MOLDOVENEȘTI ÎN REGATUL UNIT	30
REGATUL UNIT CA PARTENER DE IMPORT AL REPUBLICII MOLDOVA	42
PROCEDURILE DE EXPORT SPECIFICE REGATULUI UNIT	44
BIBLIOGRAFIE	49
ANEXE	52

LISTA DE TABELE

TABEL 1. TOP RETAILERI ÎN REGATUL UNIT, 2024-2026	23
TABEL 2. TOP COMPANII DE DISTRIBUȚIE DE PRODUSE DE LARG CONSUM ÎN REGATUL UNIT, 2024-2025	24
TABEL 3. PRODUSE MOLDOVENEȘTI CU POTENȚIAL PE PIAȚA DIN REGATUL UNIT	36
TABEL 4. TOP 20 PRODUSE MOLDOVENEȘTI EXPORTATE ÎN REGATUL UNIT, 2025	37
TABEL 5. TOP 10 PRODUSE NEALIMENTARE MOLDOVENEȘTI EXPORTATE ÎN REGATUL UNIT, 2025	40
TABEL 6. TOP 10 PRODUSE ALIMENTARE MOLDOVENEȘTI EXPORTATE ÎN REGATUL UNIT, 2025	41
TABEL 7. TOP 20 PRODUSE IMPORTATE DE REPUBLICA MOLDOVA DIN REGATUL UNIT, 2025	42
TABEL 8. COTELE DE TVA ÎN REGATUL UNIT	47
TABEL 9. LINK-URI UTILE PENTRU COMPANIILE EXPORTATOARE PE PIAȚA REGATULUI UNIT	48

LISTA DE FIGURI

FIGURA 1. PROFILUL COMPARATIV AL REGATULUI UNIT ȘI AL REPUBLICII MOLDOVA	4
FIGURA 2. COMERȚUL INTERNAȚIONAL CU BUNURI AL REGATULUI UNIT, MLRD EUR (2021 - 2025)	7
FIGURA 3. TOP 20 PRODUSE IMPORTATE DE REGATUL UNIT, 2025	8
FIGURA 4. TOP 20 ȚĂRI - PARTENERI DE IMPORT AI REGATULUI UNIT, 2025	9
FIGURA 5. PARTENERII DIN REGIUNE ÎN IMPORTURILE ȘI EXPORTURILE REGATULUI UNIT, 2025	10
FIGURA 6. COMERȚUL INTERNAȚIONAL CU SERVICII AL REGATULUI UNIT, MLRD EUR (2021 - 2025)	12
FIGURA 7. COMERȚUL EXTERIOR CU SERVICII ÎNTRE REGATUL UNIT ȘI REPUBLICA MOLDOVA, MLRD EUR (2021 - 2025)	13
FIGURA 8. PROFILUL CONSUMATORULUI DIN REGATUL UNIT	14
FIGURA 9. STRUCTURA CHELTUIELILOR DE CONSUM ALE UNEI FAMILII DIN REGATUL UNIT, ANUL FISCAL 2024-2025	17
FIGURA 10. COTA DE PIAȚĂ A RETAILERILOR ÎN REGATUL UNIT 2025	21
FIGURA 11. COMERȚUL EXTERIOR ÎNTRE REPUBLICA MOLDOVA ȘI REGATUL UNIT, MLRD EUR (2021 - 2025)	30
FIGURA 12. COMERȚUL CU PRODUSE ALIMENTARE ÎNTRE REPUBLICA MOLDOVA ȘI REGATUL UNIT, MLN EUR (2021 - 2025)	31
FIGURA 13. COMERȚUL CU PRODUSE NEALIMENTARE ÎNTRE REPUBLICA MOLDOVA ȘI REGATUL UNIT, MLN EUR (2021 - 2025)	33
FIGURA 14. TOP CATEGORII DE PRODUSE MOLDOVENEȘTI EXPORTATE DE REGATUL UNIT, MLN EUR, 2025	34
FIGURA 15. EXPORTUL PRODUSELOR ALIMENTARE ȘI NEALIMENTARE MOLDOVENEȘTI ÎN REGATUL UNIT, 2025	39

INTRODUCERE

- (1) **PIB 2025:** cca. **3.544,5 mlrd EUR** (+1,4% față de 2024).
- (2) **Populație:** cca. **70 mln** locuitori (2025) și **PIB per capita de 51 mii EUR** - a **5-a economie ca mărime din lume** (după PIB nominal).
- (3) **Suprafață:** **243,6 mii km²**, poziționată strategic la intersecția rutelor comerciale dintre Europa și America de Nord, cu o poziție de hub financiar și logistic global și acces maritim direct la Oceanul Atlantic și Marea Nordului.
- (4) **Importuri 2025:** **839,5 mlrd EUR**, dintre care **cca. 47% provin de pe continentul european**, în principal autovehicule, metale și pietre prețioase, mașini și echipamente, combustibili minerali și produse farmaceutice - reflectând dependența Regatului Unit de bunuri industriale, energetice și de consum europene, în pofida ieșirii din UE.
- (5) În 2025, schimburile comerciale de mărfuri dintre Republica Moldova și Regatul Unit au totalizat circa **117,1 mln EUR**, dintre care **exporturile** moldovenești au constituit **31,1 mln EUR**, iar **importurile** din Regatul Unit - **86 mln EUR**.
- (6) **Regatul Unit** figurează în **top 20 țări** de destinație ale exporturilor Republicii Moldova.
- (7) În 2025, **reexporturile** au constituit un segment important al livrărilor moldovenești către Regatul Unit, totalizând circa **16,1 mln EUR** (peste 51% din total export) - în special îmbrăcăminte și cabluri electrice prelucrate în regim de lohn și re-expediate, ceea ce confirmă rolul Moldovei de platformă de procesare pentru piețele europene.
- (8) Cadrul juridic al relației bilaterale este **Acordul de Parteneriat Strategic, Comerț și Cooperare** dintre Republica Moldova și Regatul Unit, semnat la **24 decembrie 2020** și amendat ulterior în 2023, care a preluat efectele Acordului de Asociere și ale Zonei de Liber Schimb Aprofundat și Cuprinzător (DCFTA) dintre Moldova și UE, asigurând continuitatea comerțului preferențial după Brexit.
- (9) La sfârșitul anului 2025, **investițiile directe** în economia națională provenite din Regatul Unit au constituit aproximativ **275 mln USD**, dintre care **183 milioane USD** plasate în **sectorul bancar** - poziționând Regatul Unit pe **locul 3** între investitorii în acest sector, după Bulgaria și Olanda.
- (10) Din totalul de **275 mln USD** investiții directe britanice, **257 mln USD** sunt sub formă de **capital propriu**, ceea ce reflectă un angajament stabil și pe termen lung al investitorilor din Regatul Unit. La nivel de prezență corporativă, în 2023 au fost confirmate **235 de companii cu capital originar britanic**, potrivit datelor Agenției Servicii Publice (ASP).

PROFILUL COMPARATIV AL REGATULUI UNIT ȘI AL REPUBLICII MOLDOVA

Regatul Unit se afirmă ca o **economie de piață matură, diversificată și puternic globalizată**, a 5-a economie a lumii, susținută de un sector al serviciilor dominant - în special financiar - și de o industrie orientată spre valoare adăugată înaltă. Cu o **suprafață de 243.610 km²** și o **populație de 69,55 milioane de locuitori**, Regatul Unit dispune de una dintre cele mai mari piețe de consum din Europa și de un rol central în comerțul internațional. Țara înregistrează un **PIB total de 3.544,51 miliarde EUR**, iar **PIB-ul per capita, de 51 mii EUR**, reflectă un nivel de trai ridicat și o putere de cumpărare semnificativă a consumatorilor. În 2025, Regatul Unit consemnează o **creștere economică de 1,4%**, un ritm moderat, caracteristic economiilor dezvoltate, pe fondul unui mediu global incert. **Inflația, de 3,9%**, rămâne peste ținta Băncii Angliei, semnalând persistența presiunilor asupra prețurilor, însă la un nivel considerabil mai temperat decât în anii precedenți.

În comparație, **Republica Moldova**, cu o **suprafață de 33.850 km²** și o **populație de 2,4 milioane de locuitori**, rămâne o economie de dimensiuni reduse, aflată în plin proces de dezvoltare. Țara înregistrează un **PIB total de 18,04 miliarde EUR** și un **PIB per capita de 7.578 EUR**, valori care reflectă un nivel de trai mai modest și un decalaj semnificativ față de economiile vest-europene. Cu o **creștere economică de 2,4%**, Moldova consemnează un ritm de expansiune superior celui al Regatului Unit, însă pe o bază economică incomparabil mai restrânsă. **Inflația ridicată, de 7,8%**, rămâne o provocare macroeconomică majoră, evidențiind necesitatea continuării reformelor structurale și a consolidării stabilității prețurilor, în paralel cu eforturile de modernizare economică și de integrare în piața europeană.

Figura 1. Profilul comparativ al Regatului Unit și al Republicii Moldova

Profil de țară Regatul Unit vs Republica Moldova		
REGATUL UNIT	VS	REPUBLICA MOLDOVA
243.610 km ²	SUPRAFAȚA	33.850 km ²
69,55 mln. locuitori	POPULAȚIA (2025)	2,4 mln. locuitori
3.544,51 mlrd. EUR	PIB (2025)	18,04 mlrd. EUR
51 mii EUR	PIB / CAPITA (2025)	7.578 EUR
1,4%	CREȘTEREA PIB, % (2025)	2,4%
3,9%	INFLAȚIA, % (2025)	7,8%

Regatul Unit al Marii Britanii și Irlandei de Nord a recunoscut independența Republicii Moldova la 31 decembrie 1991, iar relațiile diplomatice dintre cele două state au fost stabilite la 17 ianuarie 1992.¹ În primul deceniu, relația a fost gestionată prin ambasadori nerezidenți, acreditați succesiv de la Moscova și București. Ambasada Regatului Unit la Chișinău a fost deschisă în 2002, odată cu acreditarea primului ambasador rezident, iar Ambasada Republicii Moldova la Londra și-a început activitatea în 2004 - momente care au marcat trecerea relației bilaterale la un nivel calitativ superior de reprezentare.

Spre deosebire de parteneriatul cu România, fundamentat pe comunitatea de limbă și istorie, relația cu Regatul Unit s-a construit pe o logică pragmatică: cooperarea comercială și investițională, buna guvernare, securitatea și reziliența statului. După ieșirea Regatului Unit din Uniunea Europeană, această relație a dobândit un cadru contractual propriu, de sine stătător — un element care o distinge în arhitectura relațiilor externe ale Republicii Moldova.

Cadrul juridic al relației bilaterale² îl constituie **Acordul de Parteneriat Strategic, Comerț și Cooperare dintre Republica Moldova și Regatul Unit**³, semnat la 24 decembrie 2020 și amendat în 2023, care a preluat efectele Acordului de Asociere și ale Zonei de Liber Schimb Aprofundat și Cuprinzător (DCFTA) dintre Moldova și UE, asigurând continuitatea comerțului preferențial după Brexit. Prin protocolul semnat în mai 2024, Regatul Unit a eliminat integral, pentru o perioadă de cinci ani, taxele vamale și contingentele tarifare rămase la importul produselor agricole moldovenești - inclusiv struguri de masă, mere, prune și suc de struguri - oferind exportatorilor moldoveni un acces practic nelimitat pe piața britanică.

De-a lungul a peste trei decenii, cele două state au dezvoltat un cadru juridic bilateral care acoperă domeniile-cheie ale cooperării: investiții, transport rutier și aerian, fiscalitate, asistență tehnică, apărare și audit public. Dintre acordurile bilaterale semnate, cu titlu ilustrativ:

- (1) Declarație comună a Republicii Moldova și a Regatului Unit al Marii Britanii și Irlandei de Nord (semnată la Chișinău, 27.IX.1994; în vigoare: 27.IX.1994)
- (2) Acord între Guvernul Republicii Moldova și Guvernul Regatului Unit privind serviciile aeriene (semnat la Chișinău, 18.XI.1994; aplicat provizoriu din 18.XI.1994)
- (3) Acord între Guvernul Regatului Unit și Guvernul Republicii Moldova privind promovarea și protejarea investițiilor (semnat la Londra, 19.III.1996; în vigoare: 30.VII.1998)
- (4) Acord între Guvernul Republicii Moldova și Guvernul Regatului Unit privind transportul rutier internațional (semnat la Londra, 15.X.1996; în vigoare: 16.VI.2019)
- (5) Memorandum de înțelegere între Guvernul Republicii Moldova și Guvernul Regatului Unit privind asistența tehnică britanică (semnat la Chișinău, 17.I.2001; în vigoare: 25.IX.2008)
- (6) Memorandum de înțelegere între ministerele apărării ale celor două state privind contractele de apărare și cooperarea în domeniu (semnat la Londra, 7.IX.2006; în vigoare: 9.XI.2006)

¹ Ambasada Republicii Moldova în Regatul Unit – *Relații politico-diplomatice* – <https://regatulunit.mfa.gov.md/ro/content/relatii-politico-diplomatice>

² Ambasada Republicii Moldova în Regatul Unit – *Cadrul juridic bilateral* – <https://regatulunit.mfa.gov.md/ro/content/cadrul-juridic-bilateral>

³ GOV.UK – *UK-Moldova Strategic Partnership, Trade and Cooperation Agreement* – <https://www.gov.uk/government/collections/uk-moldova-strategic-partnership-trade-and-cooperation-agreement>

- (7)** Convenție între Guvernul Regatului Unit și Guvernul Republicii Moldova pentru evitarea dublei impunerii și prevenirea evaziunii fiscale cu privire la impozitele pe venit și pe capital (semnată la Londra, 8.XI.2007; în vigoare: 30.X.2008)
- (8)** Memorandum de cooperare bilaterală între Curtea de Conturi a Republicii Moldova și National Audit Office (semnat la Chișinău, 27.IX.2007; în vigoare: 27.IX.2007)
- (9)** Memorandum de înțelegere între Guvernul Republicii Moldova și Guvernul Regatului Unit privind suportul bugetar sectorial pentru Fondul Național de Dezvoltare Regională (semnat la Londra, 28.VII.2010; în vigoare: 28.VII.2010)
- (10)** Acord de Parteneriat Strategic, Comerț și Cooperare între Republica Moldova și Regatul Unit al Marii Britanii și Irlandei de Nord (semnat la Chișinău, 24.XII.2020; aplicat provizoriu din 1.I.2021; amendat în 2023 și completat prin Protocolul din mai 2024⁴).

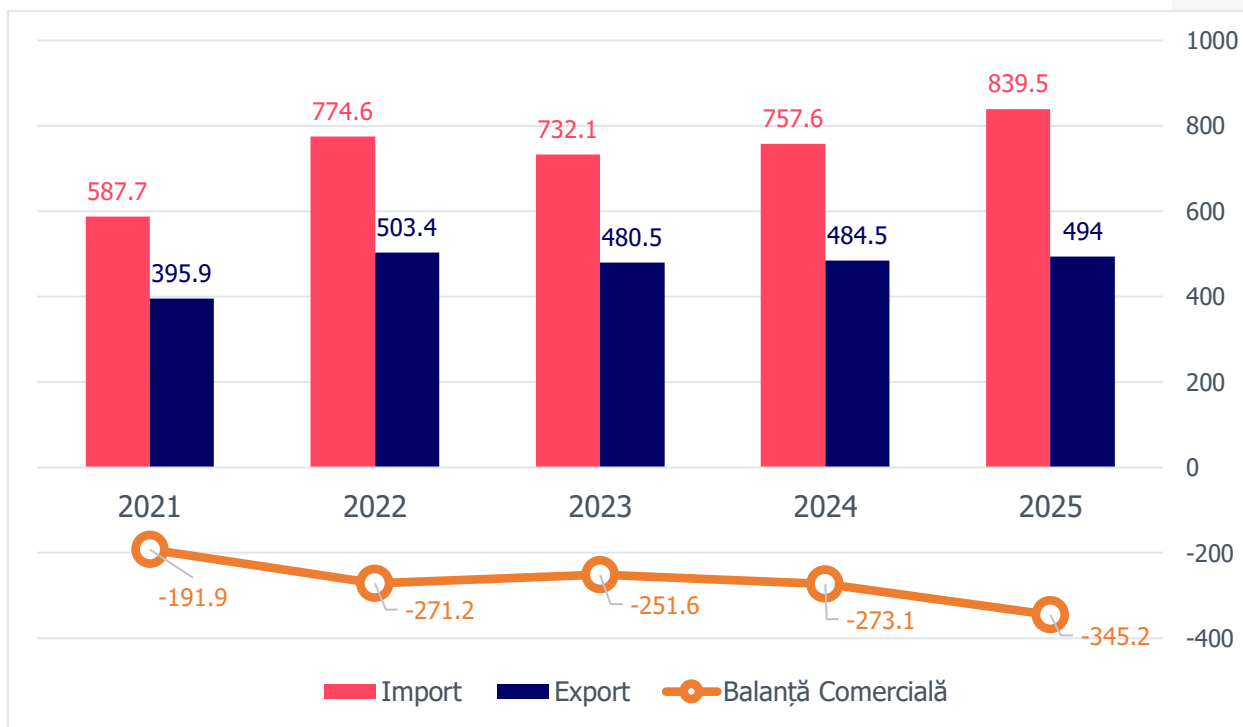
Această arhitectură juridică - încununată de Acordul de Parteneriat Strategic, Comerț și Cooperare - reflectă transformarea relației bilaterale dintr-o cooperare diplomatică clasică într-un parteneriat strategic modern, centrat pe comerț, investiții, bună guvernare și securitate, și oferă exportatorilor moldoveni un cadru predictibil și preferențial de acces pe una dintre cele mai mari piețe de consum din Europa.

⁴ Ministerul Dezvoltării Economice și Digitalizării al Republicii Moldova – *Încă 5 ani de export fără taxe la produsele agricole moldovenești pe piața britanică* – <https://mded.gov.md/inca-5-ani-de-export-fara-taxe-la-produselor-agricole-moldovenesti-pe-piata-britanica/>

DATE GENERALE DESPRE PIAȚA DE IMPORT A REGATULUI UNIT

Comerțul internațional al Regatului Unit a înregistrat o evoluție ascendentă în perioada 2021-2025, valoarea totală (exporturi + importuri) crescând de la 983,6 miliarde EUR în 2021 la 1.333,2 miliarde EUR în 2025, adică o majorare de circa 36%.

Figura 2. Comerțul internațional cu bunuri al Regatului Unit, mldr EUR (2021 - 2025)



Sursa: Intracen, Trademap.org

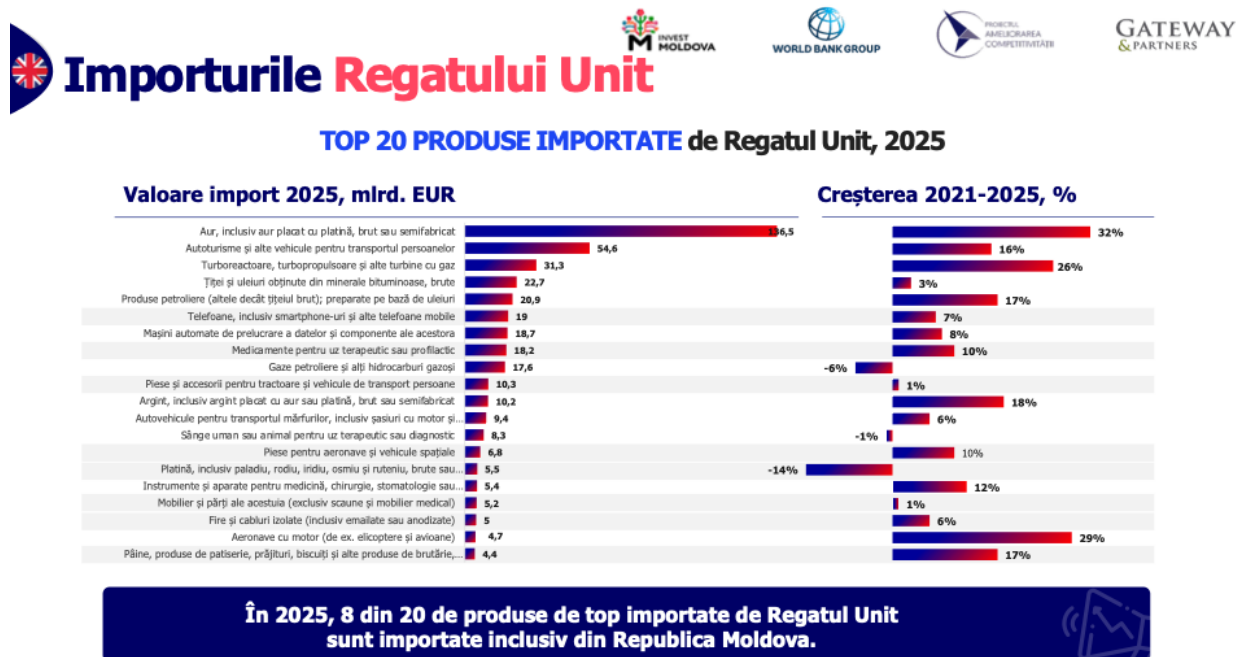
Exporturile au urcat de la 395,9 miliarde EUR în 2021 la 494,0 miliarde EUR în 2025, reprezentând o creștere de aproximativ 25%, deși cu fluctuații pe parcurs (un vârf de 503,4 miliarde EUR în 2022, urmat de o ușoară corecție). **Importurile** au crescut de la 587,7 miliarde EUR la 839,5 miliarde EUR, adică o majorare de circa 43%.

Balanța comercială a Regatului Unit a rămas constant negativă pe întreaga perioadă analizată, deficitul adâncindu-se de la -191,8 miliarde EUR în 2021 la aproximativ -345,2 miliarde EUR în 2025. Această evoluție reflectă o dependență structurală de importuri, în special în domeniile energetic, al bunurilor de consum și al produselor intermediare, accentuată după Brexit de noile aranjamente comerciale și de costurile logistice, în pofida creșterii susținute a exporturilor.

Comerțul de bunuri al Regatului Unit cu continentul european în 2025 a constituit aproximativ **47% din totalul exporturilor** (233,3 miliarde EUR din 494,0 miliarde EUR) și cca **47% din totalul importurilor** (392,4 miliarde EUR din 839,5 miliarde EUR).

Astfel, deși Regatul Unit nu mai face parte din Uniunea Europeană, continentul european rămâne principalul său partener comercial, absorbind aproape jumătate din schimburile de bunuri în ambele sensuri, ceea ce confirmă o legătură economică structurală cu piețele europene în pofida ieșirii din UE.

Figura 3. Top 20 produse importate de Regatul Unit, 2025



Sursa: Trademap.org, Intracen

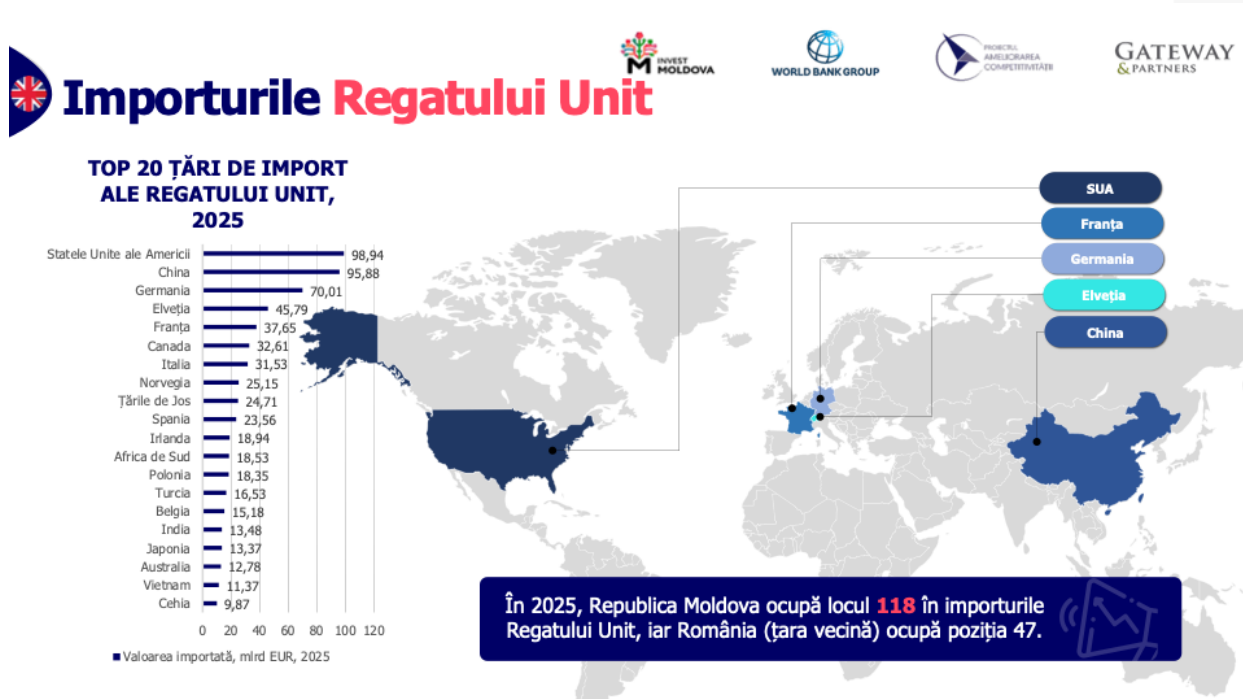
Importurile Regatului Unit în 2025 sunt dominate de **aur, autoturisme și tehnologie aeronautică**, reflectând profilul unei economii de servicii cu un centru financiar global și o industrie orientată spre valoare adăugată înaltă. **Aurul, inclusiv aur placat cu platină, brut sau semifabricat (136,5 mlrd. EUR)** este de departe cea mai importantă categorie - o particularitate a pieței britanice explicată de statutul Londrei de principal hub mondial de tranzacționare a metalelor prețioase, nu de consumul intern propriu-zis.

Pe locurile următoare se situează **autoturismele și alte vehicule pentru transportul persoanelor (54,6 mlrd. EUR)** și **turboreactoarele, turbopropulsoarele și alte turbine cu gaz (31,3 mlrd. EUR)**, ceea ce reflectă atât o piață auto de consum masivă, cât și poziția Regatului Unit în lanțurile valorice ale industriei aerospațiale globale. **Țițeiul și uleiurile din minerale bituminoase brute (22,7 mlrd. EUR)** și **produsele petroliere prelucrate (20,9 mlrd. EUR)** confirmă dependența energetică de import, accentuată de declinul producției din Marea Nordului, în timp ce **telefoanele și smartphone-urile (19,0 mlrd. EUR)**, **mașinile automate de prelucrare a datelor (18,7 mlrd. EUR)** și **medicamentele pentru uz terapeutic sau profilactic (18,2 mlrd. EUR)** completează profilul unei piețe de consum digitalizate, cu un sistem de sănătate de mari dimensiuni.

Categorii cu evoluții dinamice includ **aurul (+32%)**, **aeronavele cu motor (+29%)** și **turboreactoarele (+26%)**, semn al redresării puternice a sectorului aviatic post-pandemic și al rolului Londrei pe piețele de active de refugiu. **Argintul (+18%)**, **produsele petroliere (+17%)** și - deosebit de relevant pentru exportatorii agroalimentari - **pâinea, produsele de patiserie, prăjiturile și biscuiții (+17%)** confirmă, la rândul lor, o cerere internă robustă, inclusiv pe segmentul alimentar cu valoare adăugată.

Structura importurilor britanice evidențiază o **economie post-industrială, financiarizată și orientată spre consum**, care importă masiv bunuri finite - de la vehicule și electronice la alimente procesate - și componente de înaltă tehnologie pentru industria aerospațială. Pentru exportatori, prezența în top 20 a unei categorii agroalimentare aflate în creștere de două cifre semnaleză o fereastră concretă: piața britanică absoarbe volume tot mai mari de produse alimentare procesate din import.

Figura 4. Top 20 țări - parteneri de import ai Regatului Unit, 2025



Sursa: Trademap.org, Intracen

Importurile Regatului Unit în 2025 au provenit în principal din **Statele Unite ale Americii (98,94 mlrd. EUR, +19%)**, **China (95,88 mlrd. EUR, +6%)** și **Germania (70,01 mlrd. EUR, +2%)**, aceste trei state acoperind cele mai mari volume de importuri datorită parteneriatului transatlantic strategic, dependenței de bunuri manufacturate și tehnologice de origine asiatică și legăturilor industriale profunde cu prima economie a Europei.

În top se mai regăsesc **Elveția (45,79 mlrd. EUR, +49%)**, **Franța (37,65 mlrd. EUR, +10%)** și **Canada (32,61 mlrd. EUR, +28%)** - creșterea spectaculoasă a Elveției fiind strâns legată de fluxurile de aur și metale prețioase dintre cele două mari centre mondiale de tranzacționare, Zürich și Londra, în timp ce Franța și Canada confirmă soliditatea relațiilor comerciale cu partenerii G7.

Printre ceilalți furnizori semnificativi se numără **Italia (31,53 mlrd. EUR, +10%)**, **Norvegia (25,15 mlrd. EUR, -5%)**, **Țările de Jos (24,71 mlrd. EUR, -9%)** și **Spania (23,56 mlrd. EUR, +9%)** declinul Norvegiei și al Țărilor de Jos reflectând în principal normalizarea prețurilor la energie după vârfurile din 2022, ambele state fiind furnizori-cheie de gaze naturale și produse petroliere pentru piața britanică.

De asemenea, **Irlanda și Africa de Sud** continuă să joace un rol important, cu valori de 18,94 și respectiv 18,53 mlrd. EUR, în timp ce creșteri remarcabile se observă în cazul **Australiei (+43%)** și al **Vietnamului (+21%)** - prima pe fondul acordului de liber schimb UK-Australia intrat în vigoare în 2023, al doilea confirmând ascensiunea Asiei de Sud-Est ca alternativă de aprovizionare la China. Prezența **Poloniei (18,35 mlrd. EUR, +12%)**, **Turciei (16,53 mlrd. EUR, +7%)** și **Cehiei (9,87 mlrd. EUR, +18%)** atestă rolul tot mai vizibil al Europei Centrale și de Est în aprovizionarea pieței britanice.

Pe ansamblu, structura geografică a importurilor Regatului Unit evidențiază o **diversificare globală pronunțată**, fără un partener dominant detașat - o diferență notabilă față de piețele central-europene, dominate de Germania. Ponderea semnificativă a furnizorilor extra-europeni (SUA, China, Canada, Australia, Vietnam, India) coexistă cu o rețea densă de parteneri europeni, confirmând profilul unei economii-hub, deschise concurenței globale. În 2025, Republica Moldova ocupă locul 118 în importurile Regatului Unit, iar România (țara vecină) - poziția 47: un decalaj care ilustrează atât dimensiunea redusă a prezenței moldovenești actuale, cât și spațiul amplu de creștere pe o piață care importă masiv și de la distanțe mult mai mari.

Figura 5. Partenerii din regiune în importurile și exporturile Regatului Unit, 2025

Partenerii din regiune în EXPORTURILE Regatului Unit		
Țară	Poziția în topul exportatorilor din Regatul Unit	Valoarea exportului Regatului Unit, mld EUR, 2025
Germania	2	38,18
Franța	7	26,59
Italia	11	9,97
Norvegia	25	3,88
Țările de Jos	4	29,33
Irlanda	6	27,12
Suedia	20	5,58
Pondere în total export, %		28,5 %

Sursa: TradeMap

Partenerii din regiune în IMPORTURILE Regatului Unit		
Țară	Poziția în topul importatorilor din Regatul Unit	Valoarea importului Regatului Unit, mld EUR, 2025
Germania	3	70,01
Franța	5	37,65
Italia	7	31,53
Norvegia	8	25,15
Țările de Jos	9	24,71
Irlanda	11	18,94
Suedia	22	8,46
Pondere în total import, %		25,8 %

Sursa: TradeMap

Sursa: Trademap.org, Intracen

Germania este principalul partener comercial al Regatului Unit din regiune, ocupând poziții de top atât la exporturi (**38,18 miliarde EUR, locul 2** în topul importatorilor din Regatul Unit), cât și la importuri (**70,01 miliarde EUR, locul 3** în topul exportatorilor), reflectând legăturile industriale profunde și schimburile intense în sectoarele auto, al mașinilor și echipamentelor și al produselor chimice. **Țările de Jos** se situează pe **locul 4** la exporturi (**29,33 miliarde EUR**) și pe **locul 9** la importuri (**24,71 miliarde EUR**), consolidându-și rolul de hub logistic și de tranzit pentru fluxurile comerciale dintre Regatul Unit și continentul european.

Franța ocupă o poziție centrală în comerțul exterior al Regatului Unit, cu **26,59 miliarde EUR** la export (**locul 7**) și **37,65 miliarde EUR** la import (**locul 5**), datorită proximității geografice și integrării în lanțurile valorice din industria aeronautică, agroalimentară și energetică. **Irlanda** completează grupul partenerilor de prim rang, cu **27,12 miliarde EUR** la export (**locul 6**) și **18,94 miliarde EUR** la import (**locul 11**), prin schimburi consistente favorizate de relația comercială privilegiată post-Brexit și de piața comună a insulelor britanice.

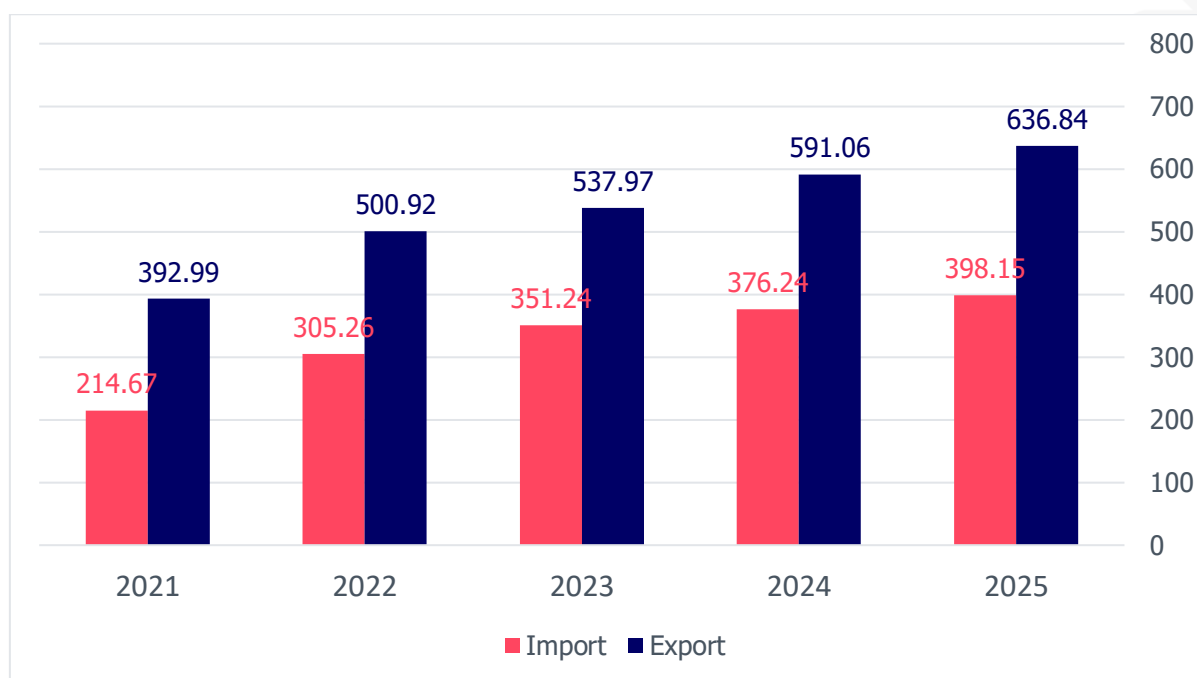
Italia deține poziții moderate, dar constante (**locul 11** la export și **locul 7** la import, cu valori de **9,97** și respectiv **31,53 miliarde EUR**), iar **Norvegia** (**locul 25** la export, **locul 8** la import, cu **3,88** și respectiv **25,15 miliarde EUR**) se remarcă printr-un dezechilibru pronunțat în favoarea importurilor, determinat de livrările de gaze naturale și produse energetice. **Suedia** (**locul 20** la export, **locul 22** la import, cu **5,58** și respectiv **8,46 miliarde EUR**) completează grupul partenerilor nordici, cu schimburi axate pe industria prelucrătoare și bunuri de larg consum.

În ansamblu, țările din regiune concentrează circa **28,5%** din exporturile și **25,8%** din importurile Regatului Unit, evidențiind integrarea economică strânsă cu Europa continentală și rolul Regatului Unit ca punte comercială între piețele europene și cele globale.

STRUCTURA ȘI DINAMICA SECTORULUI SERVICIILOR ÎN REGATUL UNIT

Comerțul internațional cu servicii al Regatului Unit a înregistrat o creștere accelerată în ultimii ani, consolidând statutul țării de **al doilea exportator mondial de servicii**, după Statele Unite. Valoarea exporturilor a crescut de la **392,99 miliarde EUR** în 2021 la **636,84 miliarde EUR** în 2025, iar importurile de la **214,67 miliarde EUR** la **398,15 miliarde EUR**, generând un **excedent comercial de aproape 240 de miliarde EUR**, care compensează în bună măsură deficitul cronic din comerțul cu bunuri.

Figura 6. Comerțul internațional cu servicii al Regatului Unit, mldr EUR (2021 - 2025)

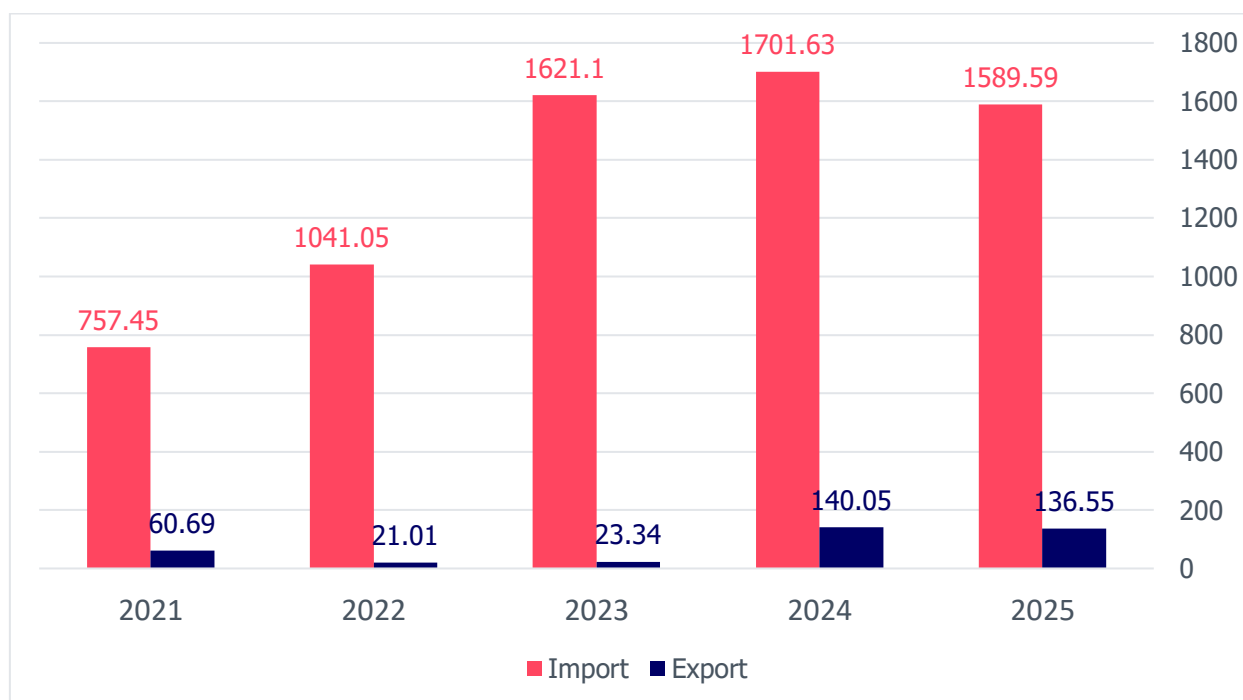


Sursa: OFICIUL NAȚIONAL DE STATISTICĂ AL REGATULUI UNIT (ONS). *UK total trade: all countries, seasonally adjusted* [online]. Disponibil la: <https://www.ons.gov.uk/economy/nationalaccounts/balanceofpayments/datasets/uktotaltradeallcountriesseasonallyadjusted>

Principalul partener este, de departe, **Statele Unite** - atât ca destinație a exporturilor de servicii britanice, cât și ca principală sursă a importurilor. La export urmează piețele europene apropiate, precum **Germania, Irlanda, Franța și Țările de Jos**, alături de Elveția și China, iar la import se remarcă **Spania și Franța** (susținute de fluxurile turistice), precum și **India și Germania**. Concentrarea fluxurilor pe piețele transatlantice și europene confirmă rolul Regatului Unit de **hub global pentru servicii financiare, profesionale și digitale**.

Potrivit datelor declarate de **Oficiul Național de Statistică al Regatului Unit (ONS)**, schimburile de servicii dintre Regatul Unit și Republica Moldova au cunoscut o dinamică ascendentă în perioada 2021-2025.

Figura 7. Comerțul exterior cu servicii între Regatul Unit și Republica Moldova, mln EUR (2021 - 2025)



Sursa: OFICIUL NAȚIONAL DE STATISTICĂ AL REGATULUI UNIT (ONS). *UK total trade: all countries, seasonally adjusted* [online]. Disponibil la:

<https://www.ons.gov.uk/economy/nationalaccounts/balanceofpayments/datasets/ukttotaltradeallcountriesseasonallyadjusted>

Exporturile britanice de servicii către Republica Moldova au crescut de la **60,69 mln EUR** în 2021 la **136,55 mln EUR** în 2025, cu un salt semnificativ, începând cu 2024 (**140,05 mln EUR**), în timp ce importurile de servicii din Republica Moldova au avansat de la **757,45 mln EUR** la **1.589,59 mln EUR**, după un maxim de **1.701,63 mln EUR** atins în 2024.

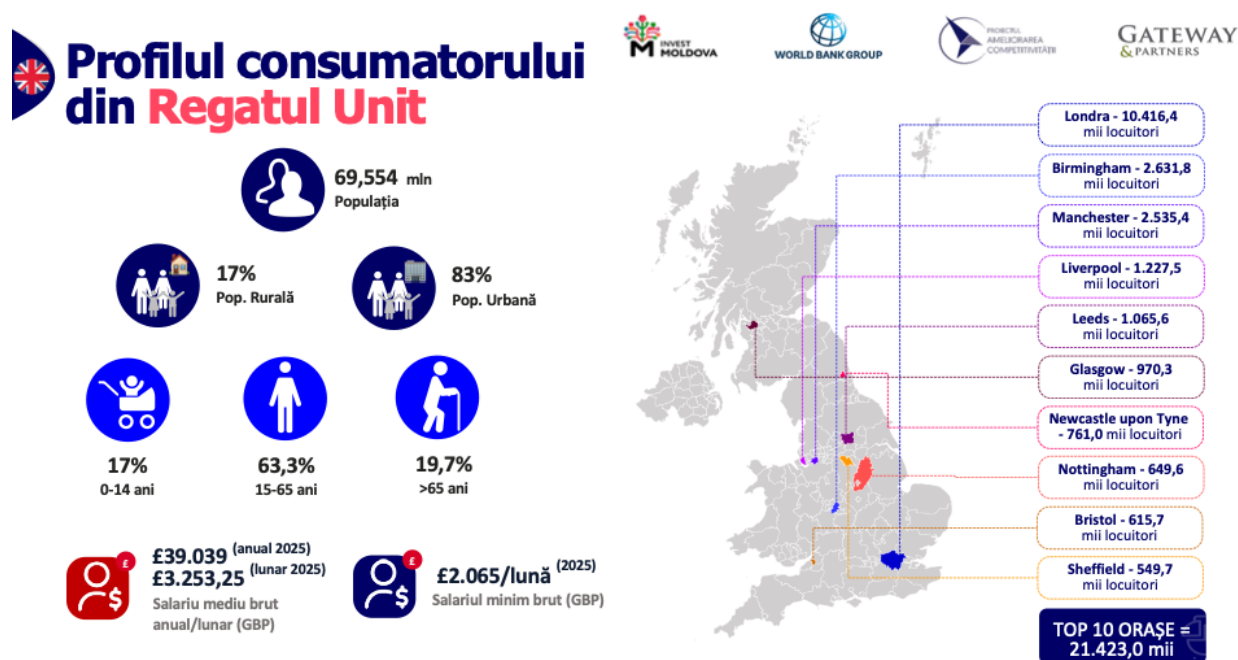
Balanța comerțului cu servicii este **net favorabilă Republicii Moldova**, cu un **excedent de peste 1,4 miliarde EUR în 2025**.

Potrivit datelor oficiale TradeMap (bunuri) și ale Oficiului Național de Statistică al Regatului Unit - ONS (servicii), în anul 2025 schimburile comerciale cu servicii dintre Republica Moldova și Regatul Unit **depășesc 90% din totalul comerțului bilateral**. Comerțul bilateral Moldova-Regatul Unit este, așadar, **unul definit de servicii, nu de bunuri**.

PROFILUL CONSUMATORULUI DIN REGATUL UNIT

Tabelul de mai jos prezintă profilul consumatorului din Regatul Unit în 2025, oferind o imagine de ansamblu asupra structurii populației, principalelor centre urbane și indicatorilor socio-economici relevanți pentru analiza pieței.

Figura 8. Profilul consumatorului din Regatul Unit



Consumatorul britanic din 2025-2026 este produsul a aproape două decenii de presiune economică: venituri reale aproape stagnante de la criza financiară din 2008, o criză a costului vieții cu inflație alimentară record și o „permacriză” a comerțului fizic. Rezultatul este un consumator extrem de sofisticat în căutarea valorii - loial programelor de fidelitate, nu brandurilor - care combină cumpărăturile la discounteri cu disponibilitatea de a plăti premium pentru calitate percepută. Este, totodată, cel mai digitalizat consumator din Europa, cu ~27% din retail online și o adopție accelerată a instrumentelor AI în decizia de cumpărare.

➤ Comportament general de consum

- Încrederea consumatorilor rămâne fragilă: indicele Deloitte a coborât la finalul lui 2025 la **-11,1%** - cel mai scăzut nivel din ultimii doi ani - iar în T1 2026, percepția asupra economiei britanice a căzut la **-69%**, nivel văzut ultima dată la finalul lui 2022, când inflația atingea maximul istoric de 11,1%. Recordul negativ absolut al încrederii (GfK, **-49**) datează din septembrie 2022 - cel mai scăzut din 1974 încoace.⁵

⁵ Deloitte UK - *Consumer confidence drops to lowest level in two years: încrederea consumatorilor britanici* - <https://www.deloitte.com/uk/en/about/press-room/consumer-confidence-drops-to-lowest-level-in-two-years.html>

- Comportamentul defensiv este generalizat: **39%** dintre britanici declară că sunt mai frugali, **32%** reduc conștient luxul și răsfăturile, iar **25%** cheltuie doar pe esențiale (Deloitte, T4 2025).
- **61%** dintre adulți au raportat în noiembrie 2025 creșteri ale costului vieții, iar dintre aceștia **95%** invocă prețul alimentelor; **43%** compară activ ofertele între magazine (ONS).
- Loialitatea s-a mutat de la branduri la retaileri și schemele lor de fidelitate: prețurile duale (Tesco Clubcard Prices, Nectar Prices) au devenit norma pieței, iar **28,8%** din cheltuieli se fac pe promoții.⁶
- Moment istoric: mărcile proprii au depășit în 2026, pentru prima dată, **50% din volumele de grocery** din UK (Circana) - consumatorul britanic nu mai percepe private label ca pe un compromis.⁷
- **40%** dintre gospodării își fac cumpărăturile alimentare principale la un discounter - în creștere de la 37% într-un singur trimestru (Deloitte, T4 2025).

➤ Puterea de cumpărare și comportamentul financiar

- Cauza structurală a prudenței: creșterea venitului disponibil real per capita a încetinit de la **2,6%/an** (1955-2007) la doar **1,1%/an** (2012-2023) - o generație întreagă fără progres material semnificativ (ONS).
- Inflația s-a temperat (CPI **3,2%** în noiembrie 2025, alimente **4,2%**), dar efectul cumulat rămâne: volumele vândute în magazinele alimentare erau, în noiembrie 2025, cu **9,2% sub** nivelul pre-pandemic - britanicii plătesc mai mult și pun mai puțin în coș.
- Presiune suplimentară în 2026: rata șomajului a urcat la **5,1%** în T4 2025, iar creșterea salariilor încetinește, menținând consumatorii extrem de selectivi.⁸
- Polarizare tipică pieței britanice: aceiași consumatori care cumpără la Aldi „tranzacționează în sus” ocazional - gamele premium ale mărcilor proprii sunt segmentul cu cea mai rapidă creștere din piață din septembrie 2023, iar Crăciunul 2025 a generat un coș record de 13,8 miliarde £ (Kantar). Fenomenul este descris ca „savings and splurges” - economisire zilnică, răsfăț punctual.

➤ Digitalizare și rolul AI în decizia de cumpărare

- UK este cea mai digitalizată piață de retail din Europa: **~27%** din vânzări online (față de 20% Germania, 15% media europeană), iar **47%** dintre consumatori spun că peste jumătate din cumpărăturile lor sunt digitale.⁹
- AI intră accelerat în procesul de cumpărare: **63%** dintre britanici au folosit deja o aplicație de AI generativ, iar **10%** o folosesc zilnic (18% în Londra) (Deloitte Digital Consumer Trends 2026). Pentru unii retaileri, recomandările venite din ChatGPT și alte chat-uri AI reprezintă deja **15-20%**

⁶ Savills - *Analiză de cercetare a pieței de retail din Regatul Unit* -

https://www.savills.co.uk/research_articles/229130/379213-0

⁷ The Grocer – *Own label sales exceed 50% of UK grocery volumes for the first time: mărcile proprii depășesc 50% din volumele alimentare* - <https://www.thegrocer.co.uk/news/own-label-sales-exceed-50-of-uk-grocery-volumes-for-the-first-time/717618.article>

⁸ Deloitte UK - *Consumer Tracker: sectorul de retail* -

<https://www.deloitte.com/uk/en/Industries/consumer/research/consumer-tracker/retail-sector.html>

⁹ YouGov - *UK Retail Round-Up 2025: Key Trends and Insights: tendințe-cheie în retailul britanic* -

<https://yougov.com/en-gb/articles/53674-uk-retail-round-up-2025-key-trends-and-insights>

din traficul de referință, iar 9 din 10 executivi din retail se așteaptă ca AI să depășească motoarele de căutare clasice.

- Așteptările de serviciu sunt ridicate: **72%** consideră returnurile gratuite prioritare, iar **59%** pun politețea personalului peste orice altă calitate a serviciului.

➤ **Stil de viață, sănătate și sustenabilitate**

- Sustenabilitatea britanică este pragmatică, împinsă de economisire: **55%** au reparat un produs în loc să-l înlocuiască, iar **46%** au cumpărat second-hand sau recondiționat (Deloitte).¹⁰
- Sănătatea devine politică de stat: guvernul a introdus în 2025 un **standard alimentar sănătos obligatoriu** (reformulare pentru reducerea sării, zahărului și grăsimilor), iar din ianuarie 2026 a intrat în vigoare interdicția publicității TV și online pentru produsele HFSS (bogate în grăsimi, zahăr, sare).¹¹
- Cererea migrează spre produse organice, plant-based, fără alergeni și alimente funcționale - coșul de cumpărături devine tot mai orientat spre wellness.¹²
- Cheltuielile migrează dinspre bunuri spre experiențe: mese în oraș, călătorii, abonamente și wellness câștigă teren în detrimentul retailului clasic.

➤ **Tendențe de consum și categorii în creștere**

- **Sănătate și wellness:** îmbătrânirea populației și conștientizarea tot mai mare a sănătății alimentează cererea pentru produse cu beneficii nutriționale clare și alimente funcționale.
- **Conveniență și mese gata preparate:** ritmul de viață alert și numărul în creștere al gospodăriilor formate dintr-o singură persoană susțin cererea pentru ready meals, deserturi și mixuri de gătit rapid.
- **Produse „free-from”:** gamele fără gluten, lactoză sau lactate au trecut din nișă în sortimentul standard al marilor retaileri.
- **Produse locale:** campaniile „Buy British” încurajează consumatorii să aleagă produse autohtone și să susțină fermierii locali.
- **Sustenabilitate și eco-friendly:** pentru o parte dintre consumatori, cumpărăturile sunt declarații de stil de viață sau chiar politice; marii retaileri cer frecvent trasabilitate și informații despre metodele de producție.
- **Vegan, vegetarian și flexitarian:** tot mai mulți britanici adoptă diete pe bază de plante, din motive de mediu și de bunăstare a animalelor.

¹⁰ Sustainability Magazine - *Cost of living driving sustainable consumerism: costul vieții și consumul sustenabil (studiu Deloitte)* - <https://sustainabilitymag.com/sustainability/cost-of-living-driving-sustainable-consumerism-deloitte>

¹¹ USDA Foreign Agricultural Service - *Retail Foods Annual: raportul anual privind retailul alimentar din Regatul Unit* - https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=Retail+Foods+Annual_London_United+Kingdom_UK2025-0035.pdf

¹² Food Council UK - *Insights: analize despre piața alimentară britanică* - <https://foodcouncil.uk/insights>

- **Ethnic foods:** diversitatea etnică a populației alimentează cererea pentru o gamă largă de bucătării și ingrediente din afara sortimentului britanic clasic.
- **Fair trade și organic:** în creștere ca popularitate, fiind percepute ca mai sănătoase și mai etice.
- **Mărci proprii (private label):** sub presiunea costului vieții, consumatorii cumpără tot mai mult mărcile retailerilor și ale discounterilor pentru a economisi.

➤ Concluzii și perspective

- Consumatorul britanic este **bogat ca piață, dar sărac ca sentiment:** puterea de cumpărare nominală este printre cele mai mari din Europa, însă comportamentul este al unui consumator aflat în defensivă de peste 15 ani.
- Formula câștigătoare pe această piață este dublă: **valoare demonstrabilă** (preț competitiv, promoții, private label) sau **premium autentic** (calitate, proveniență, poveste) - zona de mijloc dispare.
- Pentru exportatori, implicația practică este directă: produsele moldovenesti pot intra fie pe culoarul **private label/discount** (volume, preț), fie pe culoarul **premium cu identitate** (vin, nuci, produse artisanale) - dar poziționarea trebuie aleasă clar de la început, susținută de certificări și de un raport calitate-preț, într-o piață unde consumatorul compară totul, inclusiv cu ajutorul AI.

Figura 9. Structura cheltuielilor de consum ale unei familii din Regatul Unit, anul fiscal 2024-2025



Sursa: Office for National Statistics (ONS) – Family spending in the UK: April 2024 to March 2025 – cheltuielile de consum ale gospodăriilor britanice - <https://www.ons.gov.uk/peoplepopulationandcommunity/personalandhouseholdfinances/expenditure/bulletins/familyspendingintheuk/april2024tomarch2025>

În anul fiscal 2024/2025, cheltuielile de consum ale unei familii din Regatul Unit au fost dominate de **locuință, apă, electricitate, gaz și alți combustibili (17,5%)**, urmate de **transport (14,2%)** și de **alte cheltuieli - dobânzi ipotecare, Council Tax, transferuri (13,9%)**. Împreună, aceste categorii absorb circa 45% din bugetul gospodăriei, reflectând costul ridicat al locuirii - chirii, ipoteci și taxe locale - care rămâne principala presiune bugetară a gospodăriilor britanice.

Alimentele și băuturile nealcoolice reprezintă doar 10,9% din bugetul unei familii o pondere redusă, caracteristică economiilor cu venituri ridicate, în care hrana încetează să fie- o presiune bugetară și devine un domeniu de alegere, calitate și preferință.

Consecința directă este spațiul amplu al **consumului discreționar: recreerea, sportul și cultura (12,1%), restaurantele și serviciile de cazare (7,3%) și bunurile și serviciile diverse (7,4%)** însumează peste un sfert din buget. O familie britanică cheltuiește pe recreere și cultură mai mult decât pe alimente - un raport definitoriu pentru o economie matură a consumului. Această orientare s-a accentuat în anul fiscal 2024/2025, când cele mai mari creșteri s-au înregistrat la transport, recreere și cultură (câte +9%) și restaurante și hoteluri (+6%) - semn că, pe măsură ce criza costului vieții se atenuează, consumul discreționar este primul care se recuperează.

Categoriile precum **mobilierul, echipamentele și întreținerea (6%), informațiile și comunicațiile (3,3%), îmbrăcămintea și încălțăminte (2,7%) și băuturile alcoolice și tutunul (2,3%)** au ponderi moderate spre reduse, în timp ce **sănătatea (1,8%) și serviciile educaționale (0,7%)** rămân la niveluri minime - nu din cauza subconsumului, ci pentru că ambele sunt acoperite în cea mai mare parte de stat (NHS și învățământul public gratuit), degrevând bugetul familial.

Per ansamblu, structura evidențiază o **economie a consumului discreționar**, caracteristică unei **țări cu venituri ridicate**, în care nevoile de bază sunt acoperite confortabil, iar partea semnificativă a bugetului migrează spre experiențe, servicii și calitate. Pentru exportatorii moldoveni, acest profil indică o piață care **răsplătește poziționarea pe segmentul premium și valoarea adăugată** - consumatorul britanic nu cumpără cel mai ieftin produs, ci produsul care oferă cea mai bună combinație de calitate, poveste și preț corect.

PIAȚA DE RETAIL DIN REGATUL UNIT

Regatul Unit are una dintre cele mai mari, mature și competitive piețe de retail din lume. În 2024, vânzările de retail din Marea Britanie au atins **517 miliarde £**, în creștere cu 1,4% față de 2023, iar sectorul a generat o valoare adăugată brută de **114,7 miliarde £ - 4,4% din economia britanică** - cu **2,6 milioane de angajați** și **304.560 de companii** active (House of Commons Library, decembrie 2025). Spre deosebire de România (spre exemplu), aflată în plină expansiune, retailul britanic traversează o „permacriză” structurală declanșată încă din 2008: comerțul online cu cea mai mare pondere din Europa, închideri record de magazine fizice și ascensiunea discounterilor germani care au spart ierarhia tradițională a supermarketurilor. Pentru exportatori, aceasta înseamnă o piață uriașă ca valoare, dar cu bariere de intrare ridicate și presiune maximă pe preț.

➤ Cele mai semnificative schimbări recente (2024-2026)^{13 14 15}

Actualitatea pieței (2026)

- **Inflația alimentară s-a temperat la 3,0% (iunie 2026)** - inflația grocery a coborât la 3,0% în cele patru săptămâni până la 14 iunie 2026, după ce în mai atinsese 3,1%, cel mai lent ritm de creștere din decembrie 2024 - o normalizare vizibilă față de vârful istoric din 2023, dar încă peste ținta Băncii Angliei.
- **Comportamentul de criză persistă, în ciuda temperaturii prețurilor:** ponderea cheltuielilor pe produse la promoție a atins 30,4% din totalul vânzărilor - în creștere pentru a 39-a lună consecutivă - confirmarea cea mai clară că orientarea spre valoare a devenit trăsătură permanentă, nu conjuncturală, a consumatorului britanic.
- **Guvernul britanic deschide și mai mult piața importurilor:** după ce a renunțat la propunerea de plafonare a prețurilor la produse de bază (ouă, pâine, lapte) în urma reacției dure a retailerilor, executivul planuiește reducerea tarifelor de import la peste 100 de produse alimentare - un semnal favorabil pentru furnizorii externi competitivi la preț.
- **Discounterii accelerează expansiunea fizică:** Aldi a anunțat o investiție record de 1,6 miliarde £ pentru deschiderea a 80 de magazine noi în 2026-2027 și modernizarea rețelei existente, pe drumul către ținta de 1.500 de unități; retailerul a fost desemnat de Which? cel mai ieftin supermarket în fiecare lună din 2026, cu un coș de cumpărături cu circa 30 £ mai ieftin decât la Tesco sau Sainsbury's.
- **Reglementare nouă cu impact direct asupra sortimentului:** din ianuarie 2026 a intrat în vigoare interdicția publicității TV și online pentru produsele HFSS (bogate în grăsimi, zahăr și sare),

¹³ WORLD PANEL BY NUMERATOR / SHARECAST. *UK grocery inflation eases to 3pc as heatwave drives sales* [online]. Disponibil la: <https://www.sharecast.com/amp/news/news-and-announcements--/uk-grocery-inflation-eases-to-3pc-as-heatwave-drives-sales--22802674.html>

¹⁴ ALDI UK PRESS OFFICE. *Aldi reveals which towns and cities will benefit from record £1.6bn expansion plan* [online]. Disponibil la: <https://www.aldiexpresscentre.co.uk/business-news/aldi-reveals-which-towns-and-cities-will-benefit-from-record-1-6bn-expansion-plan/>

¹⁵ REUTERS. *UK grocery inflation eases with Iran conflict yet to fully hit prices* [online]. Disponibil la: <https://kfgo.com/2026/05/27/uk-grocery-inflation-eases-with-iran-conflict-yet-to-fully-hit-prices/>

determinând producătorii să-și reformuleze de ani buni rețetele - exportatorii de produse alimentare trebuie să țină cont de profilul nutrițional la poziționarea pe piața britanică.

- **Online-ul își continuă avansul structural:** Ocado rămâne retailerul cu cea mai rapidă creștere din piață (+13,5% vânzări în 12 săptămâni până la 14 iunie 2026), confirmând maturitatea canalului digital descris mai jos.

2024 - anul record al închiderilor de magazine: 7.537 de unități afectate

- În 2024, **34 de companii de retail** cu magazine multiple au încetat activitatea, afectând **7.537 de magazine** și **55.914 angajați** - cel mai mare număr de magazine afectate dintr-un an calendaristic de când Centre for Retail Research colectează aceste date (2007).
- **84,1%** dintre închideri au vizat retaileri mici și independenți (1-5 magazine) - comerțul independent este segmentul cel mai vulnerabil.
- Rata spațiilor comerciale vacante rămâne peste nivelul pre-pandemic (vârf de **14,5%** în 2021, față de 12,2% la începutul lui 2020).

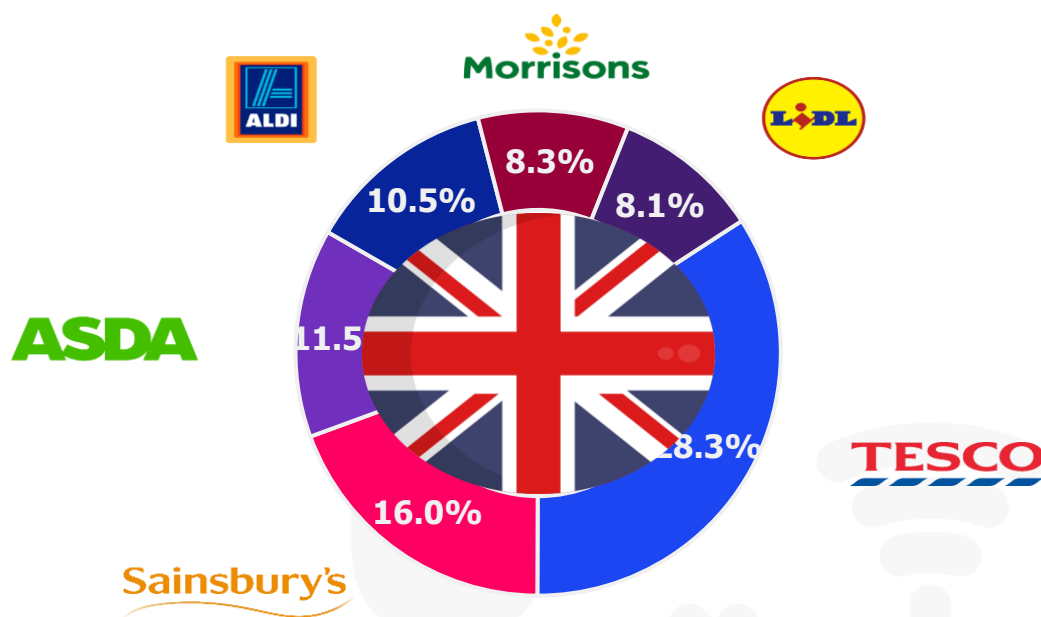
Relevanță pentru exportatori: declinul afectează în principal comerțul nealimentar de pe high street. Retailul alimentar (supermarketuri, discounteri, convenience) rămâne segmentul stabil și în creștere - canalul natural de intrare pentru produsele moldovenești.

Aldi și Lidl sparg ierarhia „Big Four”: discounterii dețin ~18-19% din piață

- Cota cumulată Aldi + Lidl a explodat de la **5% în 2011 la circa 18% în 2024**, în timp ce „Big Four” (Tesco, Sainsbury's, Asda, Morrisons) a scăzut de la **77% (2011) la ~65%**.
- Aldi a depășit Morrisons în septembrie 2022 și s-a instalat definitiv pe locul 4 național; Aldi operează circa 1.050-1.100 de magazine și țintește aproximativ 1.500 până în 2030.¹⁶
- În decembrie 2025, Lidl a fost retailerul fizic cu cea mai rapidă creștere (+10% vânzări), atingând o cotă record de Crăciun de 7,8%, în timp ce Tesco a urcat la 28,3% - cea mai mare cotă din martie 2015.
- Modelul discount se bazează pe **~2.000 de referințe** (față de zecile de mii la Tesco) și **peste 90% mărci proprii**.
- În continuare se prezintă ierarhia principalilor retaileri alimentari din Regatul Unit după cota de piață, conform datelor Kantar Worldpanel pentru cele 12 săptămâni încheiate la 30 noiembrie 2025 - un clasament dominat în continuare de Tesco.

¹⁶ **BusinessStats** - Grocery Market Share in the United Kingdom (UK): cotele de piață ale retailerilor alimentari britanici - <https://businesstats.com/grocery-market-share-in-the-united-kingdom-uk/>

Figura 10. Cota de piață a retailerilor în Regatul Unit 2025



Sursa: HOUSE OF COMMONS LIBRARY. Retail sector in the UK [online]. Briefing Paper nr. SN06186. Londra: House of Commons Library, 19 decembrie 2025. Datele privind cota de piață provin de la Kantar Worldpanel (Grocery Market Share, Great Britain), 12 săptămâni încheiate la 30 noiembrie 2025. Disponibil la: <https://researchbriefings.files.parliament.uk/documents/SN06186/SN06186.pdf>

Asda și Morrisons - verigile slabe: datoriile fondurilor de private equity destabilizează doi giganți

- Ambii retailerii, preluați prin achiziții cu îndatorare (TDR Capital, respectiv CD&R), pierd constant cotă de piață. Asda a eliminat aproximativ 7.500 de posturi, pe fondul costurilor de finanțare urcate la 730 milioane £ (+19% într-un an).¹⁷
- Morrisons a anunțat în mai 2026 închiderea a 100 de magazine de proximitate Morrisons Daily - locațiile neprofitabile preluate odată cu salvarea lanțului McColl's în 2022.

Relevanță pentru exportatori: instabilitatea Asda/Morrisons - perioadele de restructurare pot deschide ferestre de renegociere și listare, dar cresc și riscul comercial (presiune pe condițiile de furnizor, plăți, delistări).

➤ Dinamica generală a pieței

- Vânzări totale de retail (Marea Britanie, 2024): **517 miliarde £** (+1,4%); din fiecare liră cheltuită, **39 pence** merg către magazine alimentare - cel mai mare segment.
- Piața alimentară (grocery) este estimată la aproximativ **230-240 miliarde £ anual**.¹⁸

¹⁷ **GB News** - Asda cuts jobs amid supermarket debt: restructurarea Asda pe fondul datoriilor - <https://www.gbnews.com/money/asda-cut-jobs-supermarket-debt>

¹⁸ **BusinessStats** - Grocery Market Share in the United Kingdom (UK): cotele de piață ale retailerilor alimentari britanici - <https://businesstats.com/grocery-market-share-in-the-united-kingdom-uk/>

- Volumele reale rămân sub nivelul pre-pandemic: în noiembrie 2025, vânzările în volum ale magazinelor alimentare erau cu **9,2% sub** nivelul din februarie 2020 - efect al crizei costului vieții.
- Inflația alimentară a atins un vârf istoric de **19,2% în martie 2023** (maximul ultimilor 45 de ani), coborând la **4,2% în noiembrie 2025**; **61%** dintre adulți raportau în continuare creșteri ale costului vieții, iar 95% dintre aceștia invocau prețul alimentelor.
- Consecință structurală: consumatorul britanic a devenit permanent orientat spre valoare - 43% „shopping around”, 38% reduc cheltuielile pe alimente de bază.
- Marjele sunt comparabile cu România: extrem de subțiri, competiția pe preț fiind cea mai intensă din Europa de Vest.

Comerțul online - cel mai avansat din Europa

- Ponderea vânzărilor online în total retail: **~27%** - peste Germania (20%), SUA (19%) și media europeană (**15%**); vârful istoric a fost **37%** în februarie 2021.
- Click & collect reprezenta deja **8,4%** din totalul cheltuielilor de retail în 2022 (Barclays) și a devenit standard de industrie.
- În alimentar, online-ul este matur: Tesco, Sainsbury's și Ocado (pionierul mondial al supermarketului exclusiv online, ~1,8% cotă) operează infrastructuri logistice dedicate; până și discounterii testează click & collect.

Relevanță pentru exportatori: spre deosebire de România, unde e-commerce-ul alimentar abia se consolidează, în UK prezența online a unui produs este implicită - listarea la un retailer mare înseamnă automat expunere pe platforma sa digitală.

Formate dominante de retail alimentar

- **Supermarket / superstore** - Tesco, Sainsbury's, Asda, Morrisons - coloana vertebrală a pieței.
- **Discount** - Aldi, Lidl - creșterea structurală a deceniului, în expansiune fizică agresivă.
- **Convenience (proximitate)** - Tesco Express, Sainsbury's Local, Co-op, Morrisons Daily, Asda Express - Tesco și Sainsbury's au mai multe magazine de proximitate decât supermarketuri încă din 2013-2014; tendința spre cumpărături mici și frecvente a înlocuit „big weekly shop”.
- **Premium** - Waitrose, Marks & Spencer Food segment relevant pentru produse cu poveste și calitate superioară.
- **Frozen & value** Iceland, B&M, Home Bargains - canal alternativ în creștere.
- **Online pure-play** - Ocado, Amazon Fresh.

➤ Sfaturi practice pentru exportatorii moldoveni interesați de piața britanică

- (1) **Valorificarea regimului tarifar preferențial** - Acordul de Parteneriat Strategic Moldova-UK și liberalizarea tarifară extinsă în mai 2024 oferă acces preferențial pentru majoritatea produselor moldovenești - un avantaj competitiv direct față de furnizori din afara Europei.
- (2) **Conformitate și certificare - bariera reală de intrare** - Etichetare conform reglementărilor UK (FSA), înregistrarea importatorului britanic, iar pentru produse de origine vegetală/animală - controalele sanitare la frontieră (Border Target Operating Model). Certificarea **BRCGS** este de facto obligatorie pentru listarea la marile lanțuri.

- (3) Poziționare: valoare demonstrabilă sau premium autentic** - Piața de mijloc dispăre. Produsele moldovenești au două culoare viabile: preț competitiv la volum (discounteri, mărci proprii) sau poveste premium (vin, nuci, fructe uscate - Waitrose, M&S, magazine specializate).
- (4) Mărcile proprii ca poartă de intrare** - Peste jumătate din volumele alimentare britanice se vând sub marcă proprie; contractele de private label (în special cu Aldi și Lidl, care recrutează activ în Europa de Est) permit volume mari fără investiții de brand.
- (5) Testarea pieței prin canale specializate** - Comunitatea est-europeană din UK (inclusiv diaspora moldovenească și românească, de ordinul sutelor de mii) susține o rețea densă de magazine specializate și importatori dedicați - canal-pilot natural înainte de abordarea lanțurilor naționale.
- (6) Logistică: importator local aproape obligatoriu** - Post-Brexit, formalitățile vamale și SPS fac colaborarea cu un importator/distribuitor britanic consacrat esențială, mai ales pentru produse proaspete.
- (7) Târguri și programe de vizibilitate** - IFE London, Speciality & Fine Food Fair, London Wine Fair - punctele de contact directe cu buyerii; participarea în standuri naționale (Invest Moldova) reduce costurile de intrare.
- (8) Disciplina relației comerciale** - Cultura de achiziții britanică este formală, contractuală și bazată pe performanță măsurată: termene de livrare stricte (OTIF), penalități, review-uri periodice. Primul an de listare este o probă continuă - capacitatea de livrare constantă contează mai mult decât prețul inițial.

Completând imaginea cotelor de piață, tabelul de mai jos prezintă clasamentul principalilor retaileri din Regatul Unit după cifra de afaceri, raportată pentru cel mai recent an fiscal disponibil al fiecărei companii - o perspectivă care confirmă dominația Tesco și evidențiază totodată dimensiunea segmentelor premium (Waitrose), de proximitate (Co-op) și online (Ocado), care completează peisajul concurențial dincolo de primele șase poziții.

Tabel 1. Top retaileri în Regatul Unit, 2024-2026

#	Logo	Retailer	Cifra afaceri	An fiscal	Angajați	Format / punct forte
1		Tesco	£49,82 mld	2025/26	~330.000	Lider full-line supermarket
2		Sainsbury's	£25,9 mld	2025/26	~148.000	Supermarket + proximitate
3		Asda	£21,0 mld	2025	~145.000	Full-line orientat pe preț
4		Aldi UK	£18,1 mld	2024	~43.000	Discount
5		Morrisons	£15,8 mld	2024/25	~110.000	Grocer integrat vertical
6		Lidl GB	£11,7 mld	2024/25	~32.000	Hard discount
7		Waitrose	£8,5 mld	2025/26	~45.000	Supermarket premium
8		Co-op Food	£7,25 mld	2025	~60.000	Retail de proximitate
9		Iceland Foods	£4,2 mld	2024/25	~30.000	Specialist congelate
10		Ocado	£1,36 mld	2025	—	Online pur

***Clasament după cifra de afaceri (cel mai recent an fiscal disponibil)**

Sursa: ESM MAGAZINE. Top 10 Supermarket Retail Chains In The UK [online]. Actualizat 22 iunie 2026 [citat la 6 iulie 2026]. Pe baza rezultatelor financiare anuale ale companiilor. Disponibil la: <https://www.esmmagazine.com/retail/top-10-supermarket-chains-in-the-uk-231802>

➤ Observații-cheie din ierarhia top 10 retailers (2025)

- Tesco (49,82 mlrd £) are o cifră de afaceri aproape dublă față de Sainsbury's (25,9 mlrd £) - un decalaj masiv în vârful clasamentului.
- Discounterii operează cu mult mai puțini angajați: Aldi realizează 18,1 mlrd £ cu ~43.000 de angajați, față de Morrisons - 15,8 mlrd £ cu ~110.000.
- Fiecare format are un lider clar: Waitrose pe premium, Co-op pe proximitate, Iceland pe congelate, Ocado pe online pur.
- Chiar și ultimul clasat, Ocado, depășește 1,3 mlrd £ anual - top 10 operează exclusiv la scară mare.

Tabel 2. Top companii de distribuție de produse de larg consum în Regatul Unit, 2024-2025

Distribuitor	Cifră afaceri 2024/25, mld £	Clienți principali	Huburi logistice principale
Booker Group (Tesco)	~7,7	Retaileri independenți, puburi, catering	Peste 200 de depozite la nivel național
Brakes UK (Sysco)	~3,2	Hoteluri, restaurante, sector public	70+ centre de distribuție (Aylesford, Inverness etc.)
Bidfood UK	~2,3	Școli, spitale, restaurante	26 de depozite (Slough, Manchester, Wakefield etc.)
JJ Foodservice	~0,3	Takeaway-uri, cafenele, retaileri	Enfield, Manchester, Leeds
Castell Howell Foods	~0,2	HoReCa, retail, școli	Cross Hands, Carmarthenshire (Țara Galilor)
Dunns Food and Drinks	~0,13	Baruri, restaurante, băcării	Blantyre, Scoția
Woods Foodservice	~0,07	Hoteluri și fine dining, Londra	Uxbridge, Londra

Sursa: Grocery Trade News, „Top FMCG Distributors UK - Leading Food & Drink Wholesale in 2025. Disponibil: <https://www.grocerytradenews.com/fmcg-distributors-uk/>

➤ Observații-cheie din ierarhia top distribuitori (2024-2025)

- **Piața angro și de distribuție din UK valorează peste 110 miliarde £ și angajează peste 600.000 de persoane** - majoritatea produselor alimentare trec printr-un grup restrâns de mari distribuitori: Booker, Bidfood și Brakes.
- **Consolidare accelerată:** conform datelor Federation of Wholesale Distributors, primii 10 angroșiști controlează acum peste 70% din cifra de afaceri a sectorului, față de 55% în urmă cu un deceniu. Bidcorp a preluat Thomas Ridley și Caterfood Buying Group, iar distribuitorii regionali mai mici aderă la grupuri de achiziții precum **Confex, Sugro și Caterforce** pentru a rămâne competitivi.

- **Integrarea retail-angro:** liderul Booker aparține grupului **Tesco** și deservește peste 400.000 de clienți, operând și rețelele de tip symbol **Premier, Londis și Budgens** - acces simultan la comerțul independent și la puterea de cumpărare Tesco.
- **Digitalizare avansată:** vânzările online ale Bidfood depășesc 80% din totalul tranzacțiilor, iar la JJ Foodservice aproape 70% din comenzi vin prin canale digitale. Comenzile B2B, datele despre alergeni și urmărirea stocurilor se fac în timp real, prin portaluri proprii.
- **Sustenabilitatea devine criteriu de selecție a furnizorilor:** Bidfood funcționează integral pe energie electrică regenerabilă, Brakes a redus risipa alimentară cu 40% din 2020, iar Booker și Bidfood au promis electrificarea completă a flotelor locale până în 2030.
- **Distribuitorii regionali rămân vitali** pentru categorii de nișă, aprovizionare locală și flexibilitate - Castell Howell (Țara Galilor), Dunns (Scoția, fondat în 1875) și Woods (segmentul premium londonez, cu accent pe **produse importate de calitate** și livrare next-day).

REGATUL UNIT CA PARTENER DE AFACERI

Cultura de afaceri britanică îmbină tradiția, pragmatismul comercial și un stil de comunicare unic în Europa - politicos, indirect și impregnat de umor. Regatul Unit este una dintre cele mai deschise și mai competitive economii din lume, cu oportunități majore în comerțul agroalimentar, servicii, tehnologie, industrii creative și retail, însă viața profesională rămâne guvernată de reguli nescrise: curtoazie, subestimare deliberată („understatement”), respect pentru timpul celuilalt și o distincție fină între ceea ce se spune și ceea ce se transmite de fapt.

Valori culturale în Regatul Unit¹⁹²⁰

- ✓ Politețea, bunele maniere și respectul pentru spațiul personal sunt pilonii vieții sociale și profesionale - „sorry”, „please” și „thank you” apar constant în conversație, iar absența lor este imediat remarcată.
- ✓ „Rezerva britanică” („British reserve”) este reală: britanicii pot părea distanți sau reci la prima întâlnire, însă aceasta nu este ostilitate, ci o formă de respect - relația se încălzește gradual, pe măsură ce se construiește încrederea.
- ✓ Subestimarea („understatement”) este o virtute - laudele exagerate, entuziasmul zgomotos și autopromovarea agresivă sunt percepute ca lipsă de rafinament; britanicii preferă să impresioneze prin discreție.
- ✓ Umorul - ironic, sec și adesea autoironic - este omniprezent, inclusiv în ședințe formale; glumele pe seama propriei persoane nu indică lipsă de seriozitate, ci sunt un instrument de detensionare și de construire a raportului.
- ✓ Corectitudinea („fair play”) și integritatea sunt valori centrale - promisiunile se respectă, iar reputația de partener de încredere se construiește prin consecvență, nu prin gesturi mari.
- ✓ Regatul Unit este o uniune de patru națiuni - Anglia, Scoția, Țara Galilor și Irlanda de Nord - fiecare cu identitate proprie și mândrie națională; a numi un scoțian sau un galez „englez” este o gafă de evitat. Termenul sigur este „britanic” („British”).
- ✓ Societatea britanică este profund multiculturală, în special în Londra și marile orașe - diversitatea etnică, religioasă și culturală face parte din normalitatea mediului de afaceri.

¹⁹ WEAREDEVELOPERS. *UK Business Culture and Etiquette* [online]. 2023. Disponibil la: <https://www.wearedevelopers.com/en/magazine/326/uk-business-culture-and-etiquette>

²⁰ GLOBIG. *The Ultimate Guide to Business Etiquette in the United Kingdom* [online]. 2025. Disponibil la: <https://globig.co/the-ultimate-guide-to-business-etiquette-in-the-united-kingdom/>

Eticheta în interacțiunile de afaceri²¹

Salutul și prezentările

- ✓ Salutul standard este o strângere de mână fermă, dar nu excesivă, însoțită de contact vizual moderat - un contact vizual prea insistent poate fi perceput ca agresiv.
- ✓ Îmbrățișările, sărutul pe obraz sau atingerile dincolo de strângerea de mână se evită în context profesional - britanicii își protejează spațiul personal mai mult decât majoritatea europenilor.
- ✓ Formulele uzuale sunt „How do you do?” sau „Nice to meet you” - întrebarea „How are you?” este un salut ritual, nu o invitație la a descrie starea reală; răspunsul așteptat este scurt și pozitiv.
- ✓ Prezentările în ședințe se fac de regulă în ordinea rangului, de la cel mai înalt la cel mai jos.

Forme de adresare și titluri

- ✓ La prima interacțiune se folosesc „Mr” sau „Ms” urmate de numele de familie, însă britanicii trec la prenume mult mai repede decât alte culturi europene - adesea chiar de la primul e-mail sau prima întâlnire.
- ✓ Titlurile academice și profesionale se folosesc mai puțin decât în Europa continentală - insistența pe titluri poate părea pretențioasă; excepție fac mediile academice și medicale.
- ✓ Forma sigură pentru o femeie al cărei statut marital nu este cunoscut este „Ms”.
- ✓ Cărțile de vizită se schimbă fără ceremonial - la începutul sau la finalul întâlnirii; nu toți britanicii poartă cărți de vizită, iar absența lor nu trebuie interpretată ca lipsă de interes.

Comunicarea și relațiile profesionale

- ✓ Comunicarea britanică este indirectă prin excelență - dezacordul, criticile și refuzul se exprimă prin eufemisme, subestimare și umor, aproape niciodată frontal.
- ✓ Este esențială „citirea printre rânduri”: „interesting” înseamnă adesea dezinteres, „quite good” poate însemna mediocru, „we'll bear it in mind” sau „we'll consider it” sunt frecvent forme politicoase de refuz, iar „I have a few small concerns” poate semnală probleme majore.
- ✓ Tonul calm este obligatoriu - vocea ridicată, gesturile ample și manifestările emoționale puternice sunt percepute ca lipsă de profesionalism; celebrul „stiff upper lip” descurajează exteriorizarea emoțiilor.
- ✓ Argumentele trebuie să fie factuale și analitice - cifrele, dovezile și analizele cost-beneficiu conving mai mult decât apelurile emoționale sau limbajul de vânzare exagerat.
- ✓ Întreruperea interlocutorului este considerată nepoliticoasă - ascultarea activă, fără întreruperi, este un semn de respect.
- ✓ Discuția informală („small talk”) deschide aproape orice întâlnire - vremea, traficul, călătoria și sportul sunt teme sigure; se evită întrebările personale despre salariu, familie, religie sau politică, percepute ca intruzive (contrast puternic cu multe culturi est-europene).
- ✓ E-mailul este canalul standard de comunicare profesională - mesajele trebuie să fie clare, concise și politicoase, iar răspunsul prompt (ideal în 24 de ore) este o normă; după ședințe se trimite de regulă un rezumat scris cu punctele convenite și pașii următori.

²¹ EXPATICA. *Work culture and business etiquette in the UK* [online]. 6 martie 2025. Disponibil la: <https://www.expatica.com/uk/working/employment-basics/uk-business-culture-103182/>

Limba și exprimarea

- ✓ Engleza este limba oficială și limba universală a afacerilor, însă există diferențe importante față de engleza americană - ortografie („colour”, „organisation”, „centre”), vocabular și, mai ales, ton: engleza britanică de afaceri este mai formală și mai atenuată.
- ✓ Materialele de marketing, etichetele și corespondența destinate pieței britanice trebuie redactate în engleză britanică, nu americană - este un detaliu de profesionalism remarcat de partenerii locali.
- ✓ Galeza este limbă co-oficială în Țara Galilor, iar scoțiana gaelică și irlandeza au statut recunoscut în Scoția și Irlanda de Nord - prezența lor pe ambalaje nu este cerută, dar cunoașterea contextului arată respect.
- ✓ Accentele regionale variază enorm (Londra, nordul Angliei, Scoția, Țara Galilor) - la începutul colaborării este perfect acceptabil să se ceară politico repetarea sau clarificarea.
- ✓ Formulele de politețe atenuată sunt parte din limbă: „Would you mind...”, „I was wondering if...”, „Perhaps we could...” o cerere formulată direct („Send me the report”) poate suna brutal pentru un britanic.

Relațiile de afaceri și negocierea

- ✓ Negociatorii britanici sunt pragmatici, analitici și orientați spre rezultat - obiectivul este un acord reciproc avantajos, nu victoria asupra celeilalte părți.
- ✓ Tacticile de presiune, „hard sell”-ul și forțarea unei decizii rapide sunt contraproductive - provoacă retragerea politicoasă, nu concesii.
- ✓ Deciziile importante se iau rar la prima întâlnire - britanicii preferă să analizeze, să consulte intern și să revină; tăcerea după o întâlnire nu înseamnă neapărat refuz.
- ✓ Contractul semnat este tratat cu maximă seriozitate - spre deosebire de culturile în care contractul este o declarație de intenție, în Regatul Unit termenii conveniți sunt definitiv și se respectă literal; sistemul juridic britanic (common law) și tradiția comercială fac din contract documentul de referință absolut.
- ✓ Punctualitatea în livrări, calitatea constantă și comunicarea proactivă a problemelor sunt criteriile prin care furnizorii noi își câștigă locul - un exportator care anunță din timp o întârziere este respectat; unul care tace pierde relația.
- ✓ Întâlnirile se programează cu câteva zile sau săptămâni în avans, cu agendă comunicată anticipat; se evită perioada Crăciunului (mijlocul lui decembrie - începutul lui ianuarie), Paștele și vârfurile concediilor din august.

Procesul decizional și structurile organizaționale

- ✓ Ierarhiile britanice există, dar sunt mai plate și mai discrete decât în Europa continentală - puterea se exercită subtil, iar managerii de nivel mediu au adesea influență reală asupra deciziilor.
- ✓ Stilul decizional este consultativ - deciziile se construiesc prin discuții și consens între părțile interesate, ceea ce poate prelungi procesul, dar odată luată, decizia se implementează riguros.
- ✓ Ședințele au agendă, oră de început și oră de final - prelungirea peste timpul alocat este considerată lipsă de respect față de programul participanților.
- ✓ Birocrația de stat este redusă și digitalizată în comparație cu Europa de Est - înregistrarea firmelor, declarațiile vamale și interacțiunea cu HMRC (fiscul britanic) se fac preponderent online, iar procedurile sunt previzibile.
- ✓ Conformitatea („compliance”) este luată în serios - reglementările privind siguranța alimentară (FSA), standardele de etichetare, legislația anticorupție și cerințele de import post-Brexit se aplică riguros, iar partenerii britanici se așteaptă ca furnizorii să le cunoască.

Stabilirea contactului și comportamentul social

- ✓ Contactarea directă este acceptată și normală - e-mailul „la rece”, mesajele pe LinkedIn și prezentarea la evenimente de networking nu sunt percepute ca agresive, spre deosebire de alte culturi europene.
- ✓ Primul e-mail trebuie să fie formal, adresat persoanei potrivite, cu obiectivul întâlnirii clar formulat și cu dovada că expeditorul a înțeles nevoile companiei respective.
- ✓ Târgurile comerciale (Speciality & Fine Food Fair, London Wine Fair, Food & Drink Expo) și evenimentele de industrie sunt canale-cheie de intrare pe piață - britanicii apreciază networking-ul structurat.
- ✓ Cultura pubului este o instituție națională - invitația la o bere după program este un instrument autentic de construire a relației; nu este obligatoriu să se consume alcool, dar refuzul invitației în sine poate fi o ocazie pierdută.
- ✓ Statul la coadă („queueing”) este sacru - depășirea rândului, oriunde, provoacă dezaprobare imediată și tăcută.
- ✓ În public, britanicii vorbesc încet și evită să atragă atenția - comportamentul zgomotos este perceput negativ.

Tinuta vestimentară

- ✓ Codul vestimentar variază puternic în funcție de sector: finanțele, dreptul și consultanța din City-ul londonez rămân formale (costum închis la culoare), în timp ce tehnologia, industriile creative și start-up-urile practică business casual sau chiar casual.
- ✓ Pentru prima întâlnire, regula de aur este să fii ușor mai elegant decât este necesar - este mai simplu să relaxezi ținuta ulterior decât să repara o primă impresie neîngrijită.
- ✓ Aspectul îngrijit și discret contează mai mult decât brandurile vizibile - ostentația vestimentară contrazice cultul britanic al subestimării.

Etica muncii și profesionalismul

- ✓ Punctualitatea este fundamentală - la ședințe se ajunge la timp sau cu cinci minute mai devreme; întârzierea se anunță imediat, cu scuze, iar scuza „traficului” nu impresionează pe nimeni.
- ✓ Respectarea termenelor („deadlines”) este tratată la fel de serios ca punctualitatea la întâlniri - un termen acceptat este un angajament.
- ✓ Echilibrul viață-muncă este protejat - e-mailurile trimise seara târziu sau în weekend nu primesc de regulă răspuns până luni, iar concediile angajaților se respectă.
- ✓ Munca hibridă s-a consolidat după pandemie - multe întâlniri de afaceri au loc pe Teams sau Zoom, iar prezența la birou variază; flexibilitatea în programarea întâlnirilor video este apreciată.
- ✓ Profesionalismul britanic înseamnă predictibilitate: a face ce ai promis, când ai promis, la calitatea promisă - fără drame și fără surprize.

Oferirea de cadouri și protocolul social²²

- ✓ Cadourile nu fac parte din cultura de afaceri britanică - la primele întâlniri pot crea stânjeneală, iar cadourile scumpe pot fi percepute ca tentativă de mituire.

²² TECHNOLOGIST CONFIDANT. *Fundamental Principles of British Business Culture* [online]. s.a. Disponibil la: <https://www.technologistconfidant.com/magazines/fundamental-principles-of-british-business-culture>

- ✓ Legea anticorupție (UK Bribery Act 2010) este printre cele mai stricte din lume - multe corporații au politici interne care interzic sau plafonează valoarea cadourilor acceptate; un cadou corporativ trebuie să fie simbolic și transparent.
- ✓ Alegeri sigure, dacă totuși se oferă ceva: un produs reprezentativ din țara de origine (o sticlă de vin moldovenesc de calitate este un exemplu excelent), un album sau un obiect artizanal - gestul contează, nu valoarea.
- ✓ La invitația într-o casă britanică (mai rară decât în Europa de Est), se aduc flori, ciocolată sau o sticlă de vin; cadourile se deschid de obicei imediat.
- ✓ Adevărata monedă socială este invitația la masă sau la pub - „a da o tură de băuturi” („buying a round”) pentru grup este un ritual de reciprocitate care nu trebuie ocolit.

Eticheta la masă

- ✓ Prânziurile și cinele de afaceri sunt instrumente uzuale de construire a relației - conversația de afaceri se abordează de regulă după ce s-a comandat sau spre finalul mesei, lăsând gazda să facă tranziția.
- ✓ Se folosesc manierele europene continentale - furculița în stânga, cuțitul în dreapta; coatele nu se pun pe masă.
- ✓ Cine invită, plătește - iar reciprocitatea la o ocazie viitoare este apreciată.
- ✓ Toasturile sunt simple - „Cheers!” este formula universală; la mesele formale se așteaptă ca gazda să ridice prima paharul.
- ✓ Nu există presiunea ospitalității est-europene - porțiile suplimentare nu se insistă, iar refuzul politicos este acceptat de la prima încercare.
- ✓ Ceaiul rămâne o instituție - acceptarea unei căni de ceai sau cafea oferite la birou este un mic gest de curtoazie care deschide atmosfera.

Sărbători, tradiții și calendarul de afaceri²³

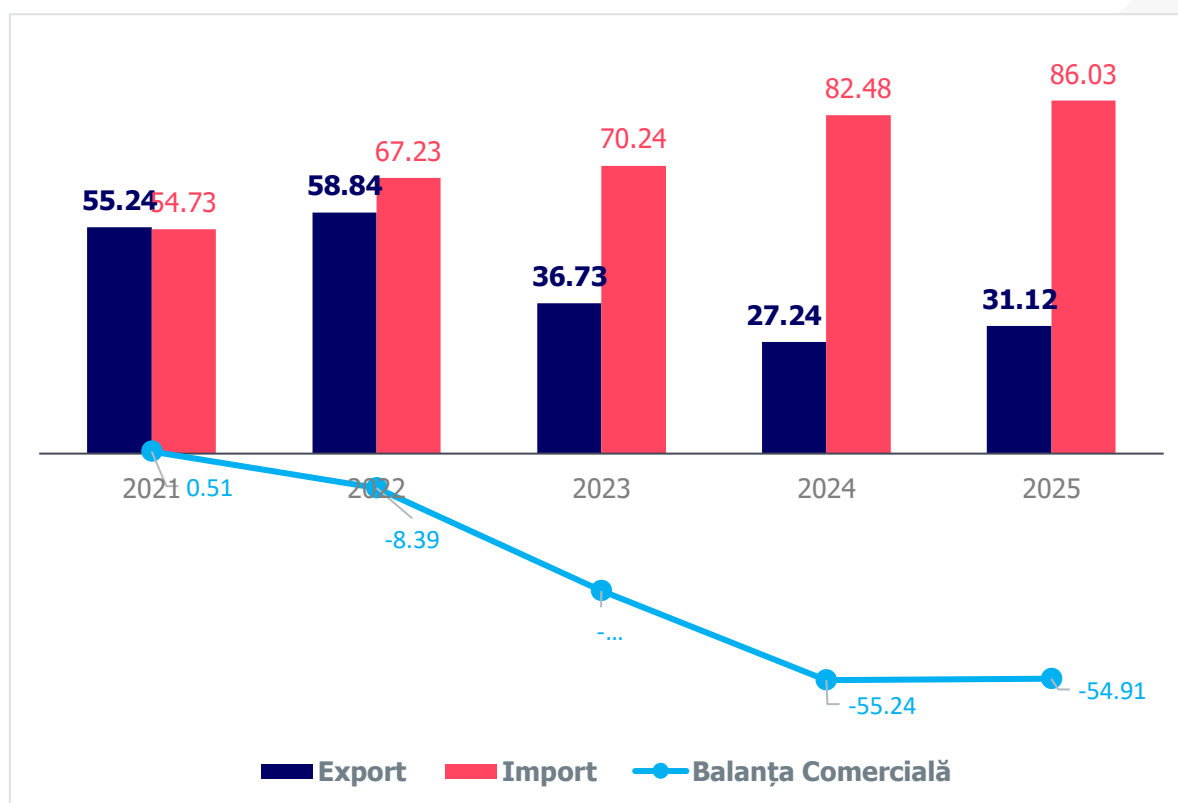
- ✓ Sărbătorile legale se numesc „bank holidays” - aproximativ 8 pe an în Anglia și Țara Galilor (mai multe în Scoția și Irlanda de Nord), concentrate în jurul Paștelui, în mai și în august; afacerile se închid, iar logistica încetinește.
- ✓ Perioada Crăciunului (aproximativ 15 decembrie - 5 ianuarie) este cvasi-neproductivă comercial pentru decizii noi, dar este vârful absolut de consum în retail - comenzile pentru sezonul de Crăciun se negociază cu multe luni înainte, adesea din primăvară.
- ✓ „Boxing Day” (26 decembrie) marchează startul reducerilor de iarnă, un fenomen comercial major.
- ✓ Alte repere de consum relevante pentru exportatori: Black Friday (import american complet asimilat), Ziua Mamei (în martie, la altă dată decât în restul Europei), Paștele (ciocolată și produse festive), Halloween și Bonfire Night (5 noiembrie).
- ✓ Sezonul de vară (mijlocul lui iulie - august) aduce concedii și decizii amânate, similar Europei continentale, dar mai puțin pronunțat decât în sudul Europei.
- ✓ Evenimentele sportive - finala de la Wimbledon, Six Nations la rugby, meciurile importante de fotbal - sunt teme sigure de conversație și momente în care disponibilitatea partenerilor poate scădea.

²³ GOV.UK. *UK bank holidays* [online]. Disponibil la: <https://www.gov.uk/bank-holidays>

PRODUSELE MOLDOVENEȘTI ÎN REGATUL UNIT

Relațiile comerciale dintre Republica Moldova și Regatul Unit au înregistrat, în perioada **2021-2025**, o evoluție contrastantă: pe fondul retragerii Regatului Unit din Uniunea Europeană și al reasezării cadrului comercial bilateral, **exporturile moldovenesti către piața britanică s-au diminuat**, în timp ce **importurile din Regatul Unit au crescut constant**, transformând o balanță aproape echilibrată într-un **deficit în defavoarea Republicii Moldova**.

Figura 11. Comerțul exterior între Republica Moldova și Regatul Unit, mln EUR (2021 - 2025)



Sursa: Intracen, Trademap.org

Relațiile comerciale dintre Republica Moldova și Regatul Unit au înregistrat, în perioada **2021-2025**, o evoluție contrastantă: pe fondul retragerii Regatului Unit din Uniunea Europeană și al reasezării cadrului comercial bilateral, **exporturile moldovenesti către piața britanică s-au diminuat**, în timp ce **importurile din Regatul Unit au crescut constant**, transformând o balanță aproape echilibrată într-un **deficit în defavoarea Republicii Moldova**.

Exporturile Republicii Moldova către Regatul Unit au urmat o traiectorie descendentă, scăzând de la **55,24 mln. EUR în 2021** la **31,12 mln. EUR în 2025**, după un vârf de **58,84 mln. EUR** atins în 2022. Această contracție de circa **44%** față de nivelul din 2021 este explicată aproape integral de restrângerea exporturilor din sectorul confecțiilor textile: articolele de îmbrăcăminte **netricotate (HS 62)** au scăzut de la **30,67 mln. EUR** în 2021 la **11,04 mln. EUR** în 2025, iar cele **tricotate (HS 61)** de la **5,47 mln. EUR** la doar **0,93 mln. EUR**. Această evoluție reflectă **erodarea modelului de**

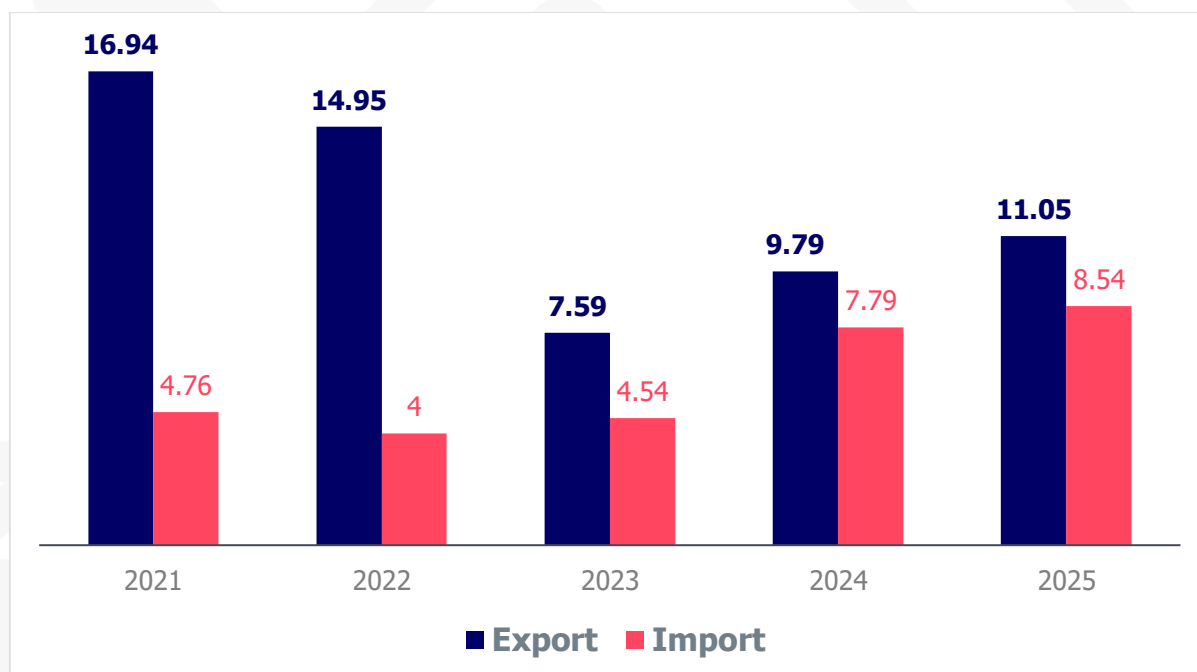
producție în lohn (perfecționare activă) pentru brandurile britanice, sensibil afectat de barierele comerciale apărute post-Brexit și de reorientarea comenzilor.

În pofida declinului agregat, structura exporturilor moldovenești a cunoscut o **diversificare pozitivă** către categorii cu valoare adăugată mai ridicată și produse agroalimentare: **fructele comestibile și nucile (HS 08)** au crescut de la **2,55 mln. EUR** la **4,71 mln. EUR**, **mașinile și echipamentele electrice (HS 85)** au avansat de la **0,36 mln. EUR** la **4,50 mln. EUR**, **preparatele din legume și fructe (HS 20)** au apărut practic din zero, atingând **1,18 mln. EUR**, iar **mobila (HS 94)** a crescut de la **0,01 mln. EUR** la **0,61 mln. EUR**. Această mutație structurală sugerează un **potențial real de re poziționare** a exportului moldovenesc dinspre confecțiile în lohn către bunuri și produse agroalimentare proprii.

În același timp, importurile Republicii Moldova din Regatul Unit au înregistrat o creștere susținută și constantă, de la **54,73 mln. EUR în 2021** la **86,03 mln. EUR în 2025** - un avans de aproximativ **57%** - confirmând consolidarea prezenței produselor britanice pe piața moldovenească.

Ca urmare a acestor tendințe divergente, **balanța comercială** a evoluat de la un ușor excedent de **0,51 mln. EUR** în favoarea Republicii Moldova în 2021 la un **deficit de 54,91 mln. EUR** în 2025. Cu toate acestea, volumul total al schimburilor comerciale s-a menținut relativ stabil, în jurul valorii de **110-117 mln. EUR anual**, ceea ce indică faptul că relația comercială cu Regatul Unit rămâne activă, dar necesită o **strategie de reechilibrare** orientată către valorificarea potențialului de export al produselor moldovenești competitive.

Figura 12. Comerțul cu produse alimentare între Republica Moldova și Regatul Unit, mln EUR (2021 - 2025)



Sursa: Intracen, Trademap.org

Relațiile comerciale dintre **Republica Moldova și Regatul Unit** în sectorul produselor alimentare au înregistrat, în perioada **2021-2025**, o dinamică marcată de **reducerea exporturilor moldovenești**

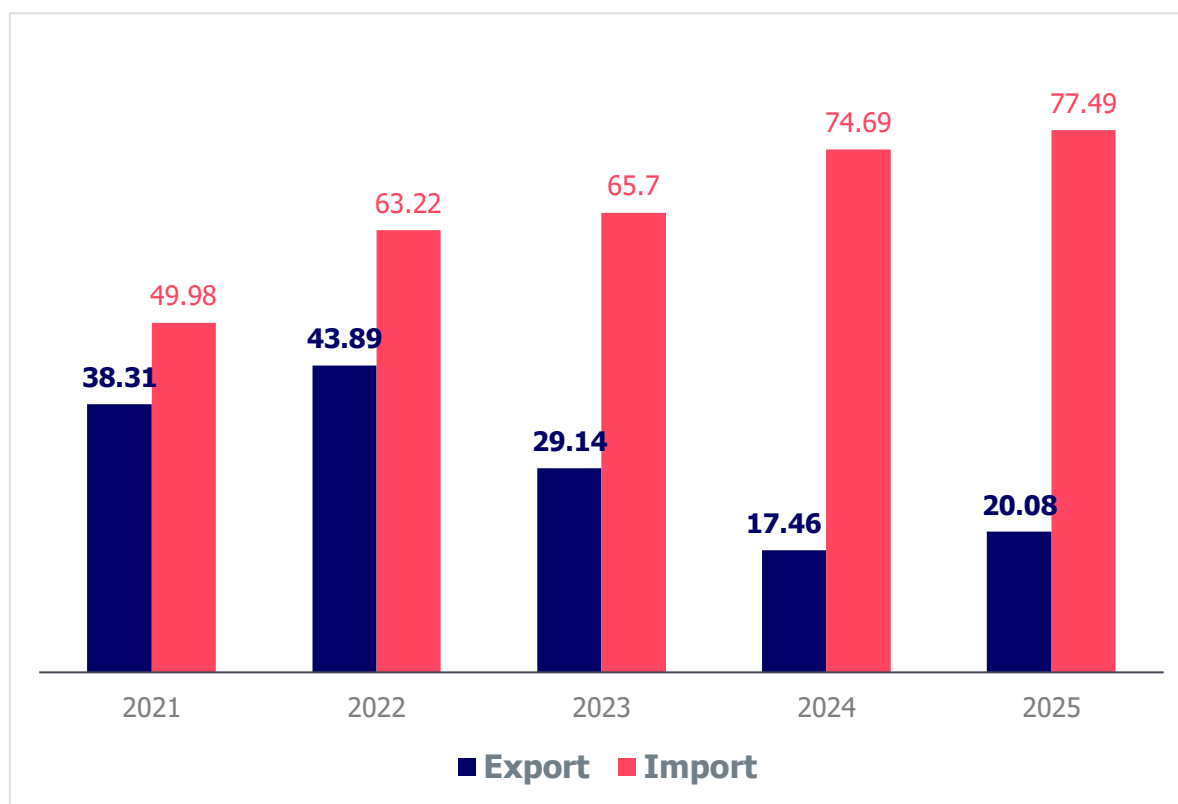
și de **creșterea susținută a importurilor britanice**, pe fondul menținerii totuși a unei **balanțe comerciale favorabile Republicii Moldova** pe întregul interval - o situație contrastantă cu deficitul înregistrat la nivelul comerțului total bilateral.

În anul **2025**, exporturile Republicii Moldova de produse alimentare către Regatul Unit s-au ridicat la **11,05 mln. EUR**, în scădere cu aproximativ **35%** comparativ cu anul 2021 (**16,94 mln. EUR**). Traectoria a fost neuniformă: după un declin accentuat până la un minim de **7,59 mln. EUR în 2023** (o contracție de circa **55%** față de nivelul din 2021), exporturile și-au revenit progresiv, atingând **9,79 mln. EUR în 2024** și **11,05 mln. EUR în 2025**. Această **redresare din ultimii doi ani** reflectă competitivitatea produselor agroalimentare moldovenești și potențialul de recuperare a pozițiilor pe piața britanică.

În același timp, importurile Republicii Moldova de produse alimentare din Regatul Unit au cunoscut o **creștere accentuată și constantă**, de la **4,76 mln. EUR în 2021** la **8,54 mln. EUR în 2025** - un avans de aproximativ **79%** -, ceea ce confirmă consolidarea prezenței produselor alimentare britanice pe piața moldovenească.

Ca urmare a acestor tendințe divergente, **soldul comercial a rămas favorabil Republicii Moldova**, dar s-a **îngustat semnificativ**, de la un excedent de **+12,18 mln. EUR în 2021** la doar **+2,51 mln. EUR în 2025**. Cu toate acestea, volumul total al schimburilor cu produse alimentare s-a menținut relativ stabil, în jurul valorii de **19,5-21,7 mln. EUR anual**, iar structura exporturilor moldovenești a evidențiat o **diversificare pozitivă** - cu accent pe **fructele comestibile și nucile (HS 08)**, în creștere de la **2,55 mln. EUR** la **4,71 mln. EUR**, și pe **preparatele din legume și fructe (HS 20)**, apărute practic din zero și ajunse la **1,18 mln. EUR** - în timp ce **băuturile și spirtoasele (HS 22)** au consemnat o ușoară scădere, de la **6,17 mln. EUR** la **4,39 mln. EUR**.

Figura 13. Comerțul cu produse nealimentare între Republica Moldova și Regatul Unit, mln EUR (2021 - 2025)



Sursa: Intracen, Trademap.org

Relațiile comerciale dintre **Republica Moldova și Regatul Unit** în sectorul produselor nealimentare au înregistrat, în perioada **2021-2025**, o **evoluție dezechilibrată**, marcată de **prăbușirea exporturilor moldovenești** și de **creșterea constantă a importurilor britanice**, ceea ce a condus la un **deficit comercial tot mai accentuat în defavoarea Republicii Moldova**. Acest segment concentrează, de altfel, întregul deficit al relației comerciale bilaterale, în contrast cu sectorul agroalimentar, unde Moldova păstrează un excedent.

În anul **2025**, exporturile Republicii Moldova de produse nealimentare către Regatul Unit s-au ridicat la doar **20,08 mln. EUR**, în scădere cu aproximativ **48%** comparativ cu anul 2021 (**38,31 mln. EUR**). După o ușoară creștere până la **43,89 mln. EUR în 2022**, exporturile au intrat pe o pantă descendentă abruptă, atingând **29,14 mln. EUR în 2023** și un minim de **17,46 mln. EUR în 2024**, urmat de o redresare modestă în 2025. Această contracție este explicată aproape integral de **erodarea sectorului confecțiilor textile** (perfecționare activă / lohn): articolele de îmbrăcăminte **netricotate (HS 62)** au scăzut de la **30,67 mln. EUR în 2021** la **11,04 mln. EUR în 2025**, iar cele **tricotate (HS 61)** de la **5,47 mln. EUR** la doar **0,93 mln. EUR**.

În același timp, importurile Republicii Moldova de produse nealimentare din Regatul Unit au cunoscut o **creștere susținută și constantă**, de la **49,98 mln. EUR în 2021** la **77,49 mln. EUR în 2025** - un avans de aproximativ **55%** -, confirmând consolidarea prezenței produselor industriale și de consum britanice pe piața moldovenească.

Ca urmare a acestor tendințe divergente, **deficitul comercial la produsele nealimentare s-a adâncit considerabil**, de la **-11,67 mln. EUR în 2021** la **-57,41 mln. EUR în 2025**, o deteriorare de aproape **cinci ori**. Cu toate acestea, structura exporturilor a evidențiat câteva **evoluții pozitive punctuale** către categorii cu valoare adăugată mai ridicată: **mașinile și echipamentele electrice (HS 85)** au avansat de la **0,36 mln. EUR** la **4,50 mln. EUR**, iar **mobila (HS 94)** de la **0,01 mln. EUR** la **0,61 mln. EUR** - semnale ale unui **potențial de repoziționare** dinspre confecțiile în lohn către bunuri cu conținut tehnologic superior.

Figura 14. Top categorii de produse moldovenești exportate în Regatul Unit, mln EUR, 2025



Sursa: Intracen, Trademap.org

➤ **4 poziții textile și confecții - 11,88 mln. EUR, echivalentul a ≈38,2% din total:**

1. Îmbrăcăminte confecționată din păsă sau materiale nețesute, chiar impregnată sau laminată (HS 6210) - **10,22 mln. EUR**
2. Tricouri și maiouri, tricotat sau croșetat (HS 6109) - **0,90 mln. EUR**
3. Costume, ansambluri, sacouri, rochii, fuste și pantaloni pentru femei sau fete (HS 6204) - **0,45 mln. EUR**
4. Accesorii vestimentare confecționate și părți de îmbrăcăminte (HS 6217) - **0,31 mln. EUR**

➤ **8 poziții agroalimentare (băuturi, fructe, semințe oleaginoase) - 10,14 mln. EUR, echivalentul a ≈32,6% din total:**

1. Vin din struguri proaspeți, inclusiv vinuri fortificate; must de struguri (HS 2204) - **4,21 mln. EUR**
2. Alte fructe cu coajă (nuci), proaspete sau uscate, chiar decojite (HS 0802) - **2,41 mln. EUR**

3. Caise, cireșe, piersici (inclusiv nectarine), prune și porumbe, proaspete (HS 0809) - **1,48 mln. EUR**
4. Sucuri de fructe (inclusiv must de struguri) și de legume, nefermentate (HS 2009) - **0,68 mln. EUR**
5. Alte legume preparate sau conservate altfel decât în oțet, necongelate (HS 2005) - **0,41 mln. EUR**
6. Mere, pere și gutui, proaspete (HS 0808) - **0,39 mln. EUR**
7. Struguri, proaspeți sau uscați (HS 0806) - **0,30 mln. EUR**
8. Semințe de floarea-soarelui, chiar sfărâmate (HS 1206) - **0,26 mln. EUR**

➤ **3 poziții industriale, electrice și echipamente - 4,91 mln. EUR, echivalentul a ≈15,8% din total:**

1. Sârmă izolată, cabluri și alți conductori electrici izolați (HS 8544) - **4,14 mln. EUR**
2. Mașini de spălat vase; mașini de curățat sau uscat sticle și alte recipiente (HS 8422) - **0,51 mln. EUR**
3. Aparatură electrică pentru comutarea sau protejarea circuitelor electrice (HS 8536) - **0,26 mln. EUR**

➤ **2 poziții mobilier și sticlărie - 0,85 mln. EUR, echivalentul a ≈2,7% din total:**

1. Mobilier și părți ale acestuia (excl. scaune și mobilier medical) (HS 9403) - **0,49 mln. EUR**
2. Damigene, sticle, flacoane, borcane și alte recipiente din sticlă (HS 7010) - **0,36 mln. EUR**

➤ **3 poziții materiale plastice și chimice - 0,62 mln. EUR, echivalentul a ≈2,0% din total**

1. Articole din material plastic pentru construcții (HS 3925) - **0,23 mln. EUR**
2. Amestecuri conținând derivați halogenați ai metanului, etanului sau propanului (HS 3827) - **0,21 mln. EUR**
3. Articole din plastic pentru transportul sau ambalarea mărfurilor; dopuri, capace (HS 3923) - **0,18 mln. EUR**

Tabel 3. Produse moldovenești cu potențial pe piața din Regatul Unit



Produsele moldovenești cu potențial pe piața din Regatul Unit



	Produsul	Valoarea exportată 2025 (mln EURO) MOLDOVA în lume	Cresterea anuală, a exportului 2021/2025, %	Valoarea importată 2025 (mln EURO) Regatul Unit din lume	Cresterea anuală, a importului 2021/2025, %
1	Fire și cabluri electrice izolate (inclusiv cabluri coaxiale)	448,7	4,0%	5019,4	6,0%
2	Semințe de floarea-soarelui (întregi sau sparte)	382,3	23,0%	61,4	5,0%
3	Vin din struguri proaspeți (inclusiv vinuri fortificați); must de struguri	131,7	2,0%	4336,0	3,0%
4	Caise, cireșe, piersici (inclusiv nectarine), prune, proaspete	84,1	31,0%	332,0	11,0%
5	Nuci și alte fructe cu coajă, proaspete sau uscate	57,1	7,0%	427,0	12,0%
6	Sticle, borcane și alte recipiente din sticlă	57,0	5,0%	447,8	8,0%
7	Sucuri de fructe și de legume, nefermentate	51,8	7,0%	1263,0	10,0%
8	Struguri, proaspeți sau uscați	47,6	12,0%	979,7	8,0%
9	Confecții din păsă sau materiale nețesute	35,3	9,0%	402,5	1,0%
10	Mobilă și părți ale acesteia	34,4	7,0%	5155,2	1,0%
11	Ambalaje din plastic (cutii, dopuri, capace)	28,4	3,0%	2399,5	3,0%
12	Pâine, produse de patiserie, prăjituri și biscuiți	23,3	10,0%	4423,6	17,0%
13	Fructe uscate (prune, caise, mere etc.)	23,2	13,0%	156,6	7,0%
14	Mașini și utilaje pentru industria alimentară	13,0	96,0%	587,4	16,0%
15	Articole din plastic pentru construcții	10,2	20,0%	593,7	2,0%
16	Aparate electrice pentru comutarea și protecția circuitelor	9,8	1,0%	2913,8	5,0%
17	Ciocolată și alte preparate alimentare cu cacao	9,6	6,0%	3819,3	18,0%
18	Articole de pat (saltele, pături, perne)	9,1	22,0%	801,5	4,0%
19	Aparate și articole ortopedice	6,5	20,0%	3731,2	16,0%
20	Broderii pe suport textil	0,9		19,9	7,0%

Sursa: Trademap

* Aceste produse sunt deja exportate pe piața Regatului Unit, dar sunt produse care au creșteri pozitive 2021-2025, atât pe partea exportului din RM în lume, cât și pe partea importului Regatului Unit din lume

Sursa: Intracen, Trademap.org

* Aceste produse sunt deja exportate din Republica Moldova pe piața Regatului Unit și înregistrează creșteri pozitive în perioada 2021–2025, atât la nivelul exporturilor Republicii Moldova către piețele internaționale, cât și la nivelul importurilor Regatului Unit din restul lumii.

Analiza datelor din tabel evidențiază un **potențial considerabil pentru extinderea exporturilor moldovenești** către piața Regatului Unit, atât în sectorul agroalimentar, cât și în cel al bunurilor industriale. Piața britanică prezintă o particularitate valoroasă: la toate cele 20 de categorii analizate, atât exportul moldovenesc în lume, cât și importul britanic din lume înregistrează creșteri pozitive în perioada 2021-2025 - o **dublă dinamică ascendentă** care indică ferestre de oportunitate reale, nu teoretice. Dimensiunea absorbantă a pieței este argumentul decisiv: la majoritatea categoriilor, importul britanic depășește de zeci sau chiar sute de ori exportul moldovenesc actual, ceea ce înseamnă că Moldova poate crește substanțial fără a se lovi de limitele pieței.

Printre produsele agroalimentare cu cea mai mare perspectivă se remarcă **fructele proaspete - caise, cireșe, piersici și prune** - unde exportul moldovenesc crește accelerat (+31%), iar importul britanic avansează cu +11%, pe o piață de 332 milioane euro. La fel de promițătoare sunt **nucile și fructele cu coajă** (export +7%, import britanic +12%, piață de 427 milioane euro) și **fructele uscate** (+13% export, +7% import). **Vinul moldovenesc** - al treilea produs de export al țării (131,70 mln euro) - întâlnește una dintre cele mai mari piețe de import din lume: **4,34 miliarde euro**, în creștere cu 3% anual. Oportunități suplimentare oferă **sucurile de fructe și legume** (piață de 1,26 miliarde euro, +10%), **pâinea, patiseria și biscuiții** (import britanic de 4,42 miliarde euro, cu o creștere remarcabilă de +17%) și **ciocolata și preparatele cu cacao** (3,82 miliarde euro, +18%) - categorii cu valoare adăugată în care cererea britanică accelerează vizibil.

În zona produselor industriale, cel mai elocvent exemplu este cel al **firelor și cablurilor electrice izolate** - principalul produs de export al Moldovei (**448,73 mln euro**) - care se aliniază unei piețe britanice de peste **5 miliarde euro**, în creștere cu 6% anual. Un potențial similar îl prezintă **aparatele electrice pentru comutarea și protecția circuitelor** (import britanic de 2,91 miliarde euro, +4%), **mobila și părțile acesteia** (5,16 miliarde euro, +1%) și **ambalajele din plastic** (2,40 miliarde euro, +3%). Se remarcă și **mașinile și utilajele pentru industria alimentară**, unde exportul moldovenesc înregistrează cea mai spectaculoasă creștere din tabel (+96%), pe o piață britanică de 587 milioane euro aflată în expansiune cu +16%, precum și **aparatele și articolele ortopedice** (export +20%, import britanic de 3,73 miliarde euro, +16%) - segmente de nișă cu dinamică excepțională de ambele părți.

Această combinație între produse agroalimentare competitive și bunuri industriale cu valoare adăugată plasează Republica Moldova într-o **poziție favorabilă** pentru consolidarea prezenței sale pe piața britanică. Regimul comercial preferențial asigurat de Acordul de Parteneriat Strategic, Comerț și Cooperare, împreună cu liberalizarea tarifară completă pentru produsele agricole, transformă dimensiunea uriașă a pieței britanice dintr-un obiectiv aspirațional într-o **țintă accesibilă**: cererea în creștere pentru produse naturale, alimente procesate și componente industriale permite o **extindere strategică și sustenabilă** a exporturilor moldovenești, valorificând atât tradiția agroalimentară a Moldovei, cât și capacitățile sale industriale în dezvoltare.

Tabel 4. Top 20 produse moldovenești exportate în Regatul Unit, 2025

Produsele moldovenești în Regatul Unit, 2025



Top 20 produse moldovenești exportate de Republica Moldova în Regatul Unit, 2025

No.	Top Produse	Valoare export, mln EUR	Cotă în importul total al UK, %	Creșterea 2021-2025, %	Creșterea 2024-25, %	Tip produs
1	Îmbrăcăminte din păsă sau materiale nețesute (HS 6210)	10,22	2,54%	-11%	9,8%	Nealimentare
2	Vin din struguri proaspeți, inclusiv vinuri fortificate (HS 2204)	4,21	0,09%	-9%	-1,7%	Alimentare
3	Sărmă și cabluri electrice izolate (HS 8544)	4,14	0,08%	94%	22,4%	Nealimentare
4	Alte fructe cu coajă (nuc), proaspete sau uscate (HS 0802)	2,41	0,56%	0%	34,8%	Alimentare
5	Caise, cireș, piersici, prune, proaspete (HS 0809)	1,48	0,44%	-	17,7%	Alimentare
6	Tricouri și maiouri, tricotate sau croțate (HS 6109)	0,90	0,04%	63%	180,1%	Nealimentare
7	Sucuri de fructe și de legume, nefermentate (HS 2009)	0,68	0,05%	-	149,3%	Alimentare
8	Mașini de spălat vase; mașini de curățat/uscător recipiente (HS 8422)	0,51	0,03%	-	-5,51%	Nealimentare
9	Mobilier și părți ale acestuia (HS 9403)	0,49	0,009%	-	-	Nealimentare
10	Costume, sacouri, rochii, fuste pentru femei sau fete (HS 6204)	0,45	0,02%	-53%	-9,0%	Nealimentare
11	Legume preparate sau conservate (altfel decât în oțet) (HS 2005)	0,41	0,04%	-	68,7%	Alimentare
12	Mere, pere și gutui, proaspete (HS 0808)	0,39	0,07%	-	-1,51%	Alimentare
13	Recipiente din sticlă (sticle, borcane, flacoane) (HS 7010)	0,36	0,08%	15%	26,8%	Nealimentare
14	Accesorii vestimentare confecționate (HS 6217)	0,31	0,79%	-3%	42,1%	Nealimentare
15	Struguri, proaspeți sau uscați (HS 0806)	0,30	0,03%	-	-58,4%	Alimentare
16	Aparatură electrică pentru comutarea/protecția circuitelor (HS 8536)	0,26	0,009%	93%	159,4%	Nealimentare
17	Semințe de floarea-soarelui (HS 1206)	0,26	0,42%	46%	282,4%	Alimentare
18	Articole din plastic pentru construcții (HS 3925)	0,23	0,04%	-	-	Nealimentare
19	Amestecuri cu derivați halogenați (agenți frigorifici) (HS 3827)	0,21	0,72%	-	-	Nealimentare
20	Articole din plastic pentru transport/ambalare (HS 3923)	0,18	0,008%	26%	-52,5%	Nealimentare

Sursa: TradeMap

Sursa: Intracen, Trademap.org

Analiza tabelului arată că Regatul Unit reprezintă o **pieță de dimensiuni modeste, dar cu structură diversificată** pentru produsele moldovenești, exporturile reflectând atât componenta industrială de tip lohn, cât și tradiția agroalimentară a țării. Spre deosebire de piețele regionale, unde Moldova deține cote semnificative, prezența pe piața britanică rămâne punctuală - cotele în importul total al UK

depășesc rar 1% - ceea ce confirmă **stadiul incipient al valorificării** acestei piețe și, implicit, spațiul amplu de creștere.

Cel mai important produs ca valoare este **îmbrăcămintea din pâslă sau materiale nețesute (10,22 mln euro)**, cu o cotă notabilă de 2,54% din importul britanic al categoriei - cea mai mare pondere deținută de Moldova în întreg tabelul - rezultat al integrării industriei ușoare moldovenești în lanțurile de producție în regim de perfecționare activă. Evoluția pe termen lung este însă negativă (-11%), deși ultimul an aduce o revenire (+9,8%), semnalând nevoia de consolidare a competitivității în acest segment. Pe locurile următoare se situează două produse emblematice: **vinul din struguri proaspeți (4,21 mln euro)**, aflat însă în declin ușor atât pe termen lung (-9%), cât și în ultimul an (-1,7%), și **sârma și cablurile electrice izolate (4,14 mln euro)**, cu o dinamică spectaculoasă: **+94% în perioada 2021-2025 și +22,4% în ultimul an** - cea mai solidă tendință de creștere dintre produsele majore.

În segmentul agroalimentar, dincolo de vin, se remarcă evoluții foarte promițătoare: **nucile (2,41 mln euro)** au crescut cu +34,8% în ultimul an, **caisele, cireșele, piersicile și prunele proaspete (1,48 mln euro)** au avansat cu +17,7%, iar **sucurile de fructe și legume (0,68 mln euro)** au înregistrat un salt remarcabil de **+149,3%**. La fel de dinamice sunt **legumele preparate sau conservate (+68,7%)** și, spectaculos, **semințele de floarea-soarelui: +46% pe termen lung și +282,4% în ultimul an** - cea mai accelerată creștere din întreg tabelul. În schimb, **strugurii proaspeți (-58,4%)** și **merele, perele și gutuile (-1,51%)** au cunoscut corecții, explicabile prin concurența intensă și cerințele logistice ridicate ale pieței britanice la fructele proaspete de volum.

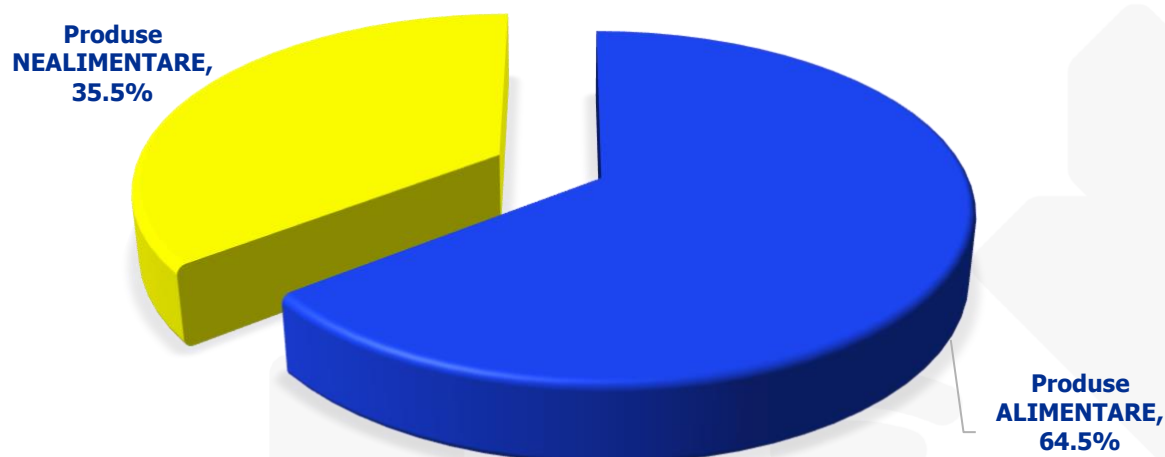
În categoria nealimentară se observă o **diversificare incipientă**: **tricurile și maiourile tricotate (0,90 mln euro, +180,1% în ultimul an)**, **recipientele din sticlă (+26,8%)**, **accesoriile vestimentare (+42,1%)** și **aparatura electrică pentru comutarea circuitelor (+93% pe termen lung, +159,4% în ultimul an)** arată că prezența Moldovei nu se limitează la câteva produse tradiționale, ci include și bunuri industriale și de consum cu valoare adăugată, chiar dacă unele categorii (costume și rochii, mașini de spălat vase, articole din plastic) înregistrează scăderi punctuale.

Per ansamblu, structura exporturilor moldovenești în Regatul Unit reflectă **două direcții clare**:

1. **Bază industrială de tip lohn** - îmbrăcăminte tehnică, cabluri electrice, tricotaje și aparatură electrică, unde Moldova funcționează ca verigă de producție în lanțuri valorice europene, cu creșteri solide la cabluri și electrice.
2. **Nucleu agroalimentar în expansiune** - vin, nuci, fructe proaspete, sucuri și semințe oleaginoase, unde dinamica ultimului an (creșteri de două și trei cifre la mai multe categorii) indică o cerere britanică receptivă la produsele moldovenești.

Aceste tendințe sugerează că Republica Moldova se află **abia la începutul valorificării pieței britanice**: cotele de piață minime, combinate cu ritmuri de creștere accelerate la produsele agroalimentare cu valoare adăugată și cu regimul tarifar preferențial complet liberalizat, conturează un potențial de extindere semnificativ - condiționat de stabilizarea categoriilor în declin (vin, struguri, mere) și de **repoziționarea calitativă a produselor emblematice**, în special a vinului, pe segmentele premium ale pieței.

Figura 15. Exportul produselor alimentare și nealimentare moldovenești în Regatul Unit, 2025



Sursa: Intracen, Trademap.org

Structura exporturilor moldovenești către Regatul Unit prezintă o **predominanță clară a produselor nealimentare**, care reflectă rolul industriei de prelucrare în regim lohn ca principal canal comercial dintre cele două state.

Produsele nealimentare reprezintă **cca 64,49% (20,08 mln EUR)** din exportul total moldovenesc către Regatul Unit, fiind dominate de **confecțiile textile** - îmbrăcăminte din pâslă sau materiale nețesute, tricouri, costume și accesorii vestimentare - care însumează 11,88 mln EUR, adică aproximativ 59,2% din segmentul nealimentar, precum și de **echipamentele electrice și mașini** (sârmă și cabluri izolate, mașini de spălat vase, aparatură de comutare - 4,91 mln EUR, cca 24,5%). Concentrarea este foarte ridicată: primul produs - îmbrăcămintea tehnică - acoperă singur peste jumătate (50,90%) din exportul nealimentar, iar cablurile electrice încă o cincime (20,62%). Această structură evidențiază integrarea Republicii Moldova în lanțurile de producție europene ale industriei ușoare și electrotehnice, dar semnalează și o **dependență accentuată de două filiere**, ambele vulnerabile la deciziile companiilor-mamă care coordonează producția în regim de perfecționare activă.

Produsele alimentare ocupă **cca 35,51% (11,05 mln EUR)** din exportul total, cu o concentrare la fel de pronunțată: primele 10 produse acoperă aproximativ 94% din segment, dominat de **vinuri (4,21 mln EUR, cca 38,1%)**, **nuci (2,41 mln EUR, cca 21,8%)** și **fructe proaspete și uscate (2,29 mln EUR, cca 20,7%)**. Practic, trei filiere tradiționale - vin, nuci, fructe - generează patru cincimi din exportul alimentar moldovenesc pe piața britanică. Deși ponderea segmentului este mai redusă, acesta confirmă **forța sectorului agroalimentar moldovenesc** și - dat fiind că tocmai aici acționează liberalizarea tarifară completă și cererea britanică în creștere la categorii precum sucuri, patiserie și

fructe - reprezintă direcția cu cel mai mare potențial de expansiune și diversificare a exporturilor către Regatul Unit.

Produsele **NEALIMENTARE** ocupă cca **64,49% (20,08 mln EUR)** din exportul total moldovenesc către Regatul Unit.

Tabel 5. Top 10 produse nealimentare moldovenesti exportate în Regatul Unit, 2025

No.	Top Produse	Valoare export, mln EUR	Cotă în importul total al UK, %	Creșterea 2021-2025, %	Creșterea 2024-25, %
1	Vin din struguri proaspeți, inclusiv vinuri fortificate (HS 2204)	4,21	0,09%	-9,00%	-1,70%
2	Alte fructe cu coajă (nuci), proaspete sau uscate (HS 0802)	2,41	0,56%	0,00%	34,80%
3	Caise, cireșe, piersici, prune, proaspete (HS 0809)	1,48	0,44%	-	17,70%
4	Sucuri de fructe și de legume, nefermentate (HS 2009)	0,68	0,05%	-	149,30%
5	Legume preparate sau conservate, necongelate (HS 2005)	0,41	0,04%	-	68,70%
6	Mere, pere și gutui, proaspete (HS 0808)	0,39	0,07%	-	-1,50%
7	Struguri, proaspeți sau uscați (HS 0806)	0,3	0,03%	-	-58,40%
8	Semințe de floarea-soarelui (HS 1206)	0,26	0,42%	46,00%	-
9	Pâine, produse de patiserie și biscuiți (HS 1905)	0,13	0,00%	-6,00%	77,50%
10	Fructe uscate (caise, prune, mere, piersici, pere) (HS 0813)	0,12	0,07%	-1,00%	89,10%

Sursa: Intracen, Trademap.org

Datele arată că exporturile nealimentare moldovenesti către Regatul Unit sunt dominate de **îmbrăcămintea din pâslă sau materiale nețesute (10,22 mln EUR, 2,54% din importul total al Regatului Unit în această categorie** - cea mai ridicată cotă deținută de Moldova pe piața britanică), care rămâne de departe **principalul produs**, deși înregistrează o scădere pe termen lung (-11%), compensată parțial de revenirea din ultimul an (+9,8%). Pe pozițiile următoare se situează **sârma și cablurile electrice izolate (4,14 mln EUR)** și **tricourile și maiourile tricotate (0,90 mln EUR)**, ambele remarcându-se prin dinamici spectaculoase: cablurile au crescut cu **+94%** în perioada 2021-2025 și cu **+22,4%** în ultimul an, iar tricotajele cu **+63%** pe termen lung și **+180,1%** în ultimul an.

Structura este completată de mașini de spălat vase și de curățat recipiente (0,51 mln EUR), mobilier (0,49 mln EUR), costume și rochii (0,45 mln EUR), recipiente din sticlă (0,36 mln EUR), accesorii vestimentare (0,31 mln EUR), aparatură electrică pentru comutarea circuitelor (0,26 mln EUR) și articole din plastic pentru construcții (0,23 mln EUR). Mai multe dintre aceste categorii prezintă evoluții pozitive, în special aparatura electrică (**+93% pe termen lung, +159,4% în ultimul an**), recipientele din sticlă (+26,8%) și accesorii vestimentare (+42,1%), semn al unei **diversificări incipiente, dar sănătoase a ofertei industriale moldovenesti** pe piața britanică.

Se remarcă, în același timp, contrastul cu piețele regionale: cotele deținute de Moldova în importul britanic rămân minime - sub 0,1% la majoritatea categoriilor, cu excepția notabilă a îmbrăcămintei tehnice (2,54%) și a accesoriilor vestimentare (0,79%). Per ansamblu, produsele nealimentare moldovenesti acoperă un spectru relativ larg pe piața britanică - de la confecții textile și componente electrice până la mobilier, sticlărie și materiale de construcții - ceea ce confirmă capacitatea Republicii Moldova de a livra **bunuri industriale și produse de consum cu valoare adăugată** și pe o piață vest-europeană exigentă, chiar dacă unele categorii tradiționale (costume, mașini de spălat, articole din plastic) necesită o stabilizare a competitivității, iar volumele actuale rămân departe de potențialul pe care dimensiunea pieței britanice îl permite.

Produsele **ALIMENTARE** ocupă cca **35,51% (11,05 mln EUR)** din exportul total moldovenesc către Regatul Unit.

Tabel 6. Top 10 produse alimentare moldovenești exportate în Regatul Unit, 2025

No.	Top Produse	Valoare export, mln EUR	Cotă în importul total al UK, %	Creșterea 2021-2025, %	Creșterea 2024-25, %
1	Îmbrăcăminte din păsă sau materiale nețesute (HS 6210)	10,22	2,54%	1,00%	9,80%
2	Sărmă și cabluri electrice izolate (HS 8544)	4,14	0,08%	94,00%	22,35%
3	Tricouri și maiouri, tricotate sau croșetate (HS 6109)	0,9	0,04%	63,00%	180,12%
4	Mașini de spălat vase; mașini de curățat/uscat recipiente (HS 8422)	0,51	0,03%	-	-5,51%
5	Mobilier și părți ale acestuia (HS 9403)	0,49	0,01%	-	-
6	Costume, sacouri, rochii, fuste pentru femei sau fete (HS 6204)	0,45	0,02%	53,00%	-9,07%
7	Recipiente din sticlă (sticle, borcane, flacoane) (HS 7010)	0,36	0,08%	15,00%	26,83%
8	Accesorii vestimentare confecționate (HS 6217)	0,31	0,79%	-3,00%	42,08%
9	Aparatură electrică pentru comutarea/protecția circuitelor (HS 8536)	0,26	0,01%	93,00%	159,41%
10	Articole din plastic pentru construcții (HS 3925)	0,23	0,03%	-	-

Sursa: Intracen, Trademap.org

Datele arată că exporturile alimentare moldovenești către Regatul Unit sunt dominate de **vinul din struguri proaspeți, inclusiv vinurile fortificate (4,21 mln EUR)**, care rămâne de departe **principalul produs agroalimentar**, deși înregistrează scăderi atât pe termen lung (-9%), cât și în ultimul an (-1,7%) - o evoluție care semnalează nevoia de re poziționare calitativă pe o piață a vinului matură și intens concurențială. Pe pozițiile următoare se situează **nucile, proaspete sau uscate (2,41 mln EUR)** și **caisele, cireșele, piersicile și prunele proaspete (1,48 mln EUR)**, ambele cu dinamici solide în ultimul an: **+34,8%, respectiv +17,7%**.

Structura este completată de sucurile de fructe și legume (0,68 mln EUR), legumele preparate sau conservate (0,41 mln EUR), merele, perele și gutuile (0,39 mln EUR), strugurii proaspeți sau uscați (0,30 mln EUR), semințele de floarea-soarelui (0,26 mln EUR), pâinea, patiseria și biscuiții (0,13 mln EUR) și fructele uscate (0,12 mln EUR). Remarcabile sunt evoluțiile din ultimul an la mai multe categorii cu valoare adăugată: **sucurile de fructe și legume (+149,3%), fructele uscate (+89,1%), pâinea și patiseria (+77,5%) și legumele conservate (+68,7%)** - creșteri de două cifre care indică o cerere britanică tot mai receptivă la produsele procesate moldovenești. În contrast, strugurii proaspeți au suferit o corecție severă (-58,4%), iar merele au stagnat (-1,5%), confirmând dificultatea fructelor de volum de a concura pe o piață dominată de furnizori consacrați și de cerințe logistice stricte la produsele proaspete.

Se remarcă, totodată, cotele încă minime deținute de Moldova în importul britanic - sub 0,1% la majoritatea categoriilor, cu vârfuri modeste la nuci (0,56%), caise și prune (0,44%) și semințe de floarea-soarelui (0,42%). Per ansamblu, exportul alimentar moldovenesc pe piața britanică prezintă un **profil concentrat pe filiere tradiționale** (vin, nuci, fructe), dar cu **cel mai dinamic potențial de creștere în zona produselor procesate** - sucuri, conserve, patiserie, fructe uscate - exact segmentele în care liberalizarea tarifară completă și creșterea importului britanic (de ex. +17% la panificație) creează condiții favorabile pentru o expansiune accelerată și o diversificare dincolo de produsele emblematice.

REGATUL UNIT CA PARTENER DE IMPORT AL REPUBLICII MOLDOVA

În **2025**, Republica Moldova a importat bunuri din Regatul Unit în valoare de **86,03 mln EUR** (+12% creștere medie anuală în perioada 2021/25), ceea ce plasează Regatul Unit în **top 20#** parteneri comerciali de import ai țării.

Tabel 7. Top 20 produse importate de Republica Moldova din Regatul Unit, 2025

No.	Top Produse	Valoare import, mln EUR	Creșterea 2021-2025, %	Creșterea 2024 - 2025, %/ori	Tip produs
1	Autoturisme și alte autovehicule pentru transportul persoanelor (HS 8703)	21,01	19,00%	8,40%	Nealimentar
2	Medicamente pentru uz terapeutic sau profilactic (HS 3004)	6,07	18,00%	-8,70%	Nealimentar
3	Pește congelat (excl. fileuri) (HS 0303)	5,35	12,00%	9,70%	Alimentar
4	Tractoare (HS 8701)	5,22	29,00%	3,1 ori	Nealimentar
5	Țesături impregnate sau acoperite cu materiale plastice (HS 5903)	5,03	n.a.	30,60%	Nealimentar
6	Buldozere, excavatoare și gredere autopropulsate (HS 8429)	4,8	9,00%	-15,50%	Nealimentar
7	Preparate pentru ras, deodorante, preparate pentru baie (HS 3307)	3,04	18,00%	15,60%	Nealimentar
8	Alcool etilic nedenaturat <80%; băuturi spirtoase, lichioruri (HS 2208)	2,88	7,00%	-13,70%	Alimentar
9	Aparate cu raze X sau radiații alfa/beta/gamma (HS 9022)	2,39	133,00%	≈399 ori	Nealimentar
10	Insecticide, rodenticide, fungicide, erbicide (HS 3808)	1,75	-10,00%	-33,70%	Nealimentar
11	Aparate respiratorii și măști de gaze (HS 9020)	1,48	172,00%	≈49 ori	Nealimentar
12	Mașini automate de prelucrare a datelor (calculatoare) (HS 8471)	1,34	104,00%	4,9 ori	Nealimentar
13	Reactivi de diagnostic sau de laborator (HS 3822)	1,08	-5,00%	-26,00%	Nealimentar
14	Aparatură electrică pentru comutarea/protecția circuitelor (HS 8536)	1,07	110,00%	3,60%	Nealimentar
15	Articole din material plastic, n.d.a. (HS 3926)	1,01	6,00%	0,00%	Nealimentar
16	Părți și accesorii pentru autovehicule (HS 8708)	0,94	8,00%	-7,80%	Nealimentar
17	Preparate alimentare, n.d.a. (HS 2106)	0,87	3,00%	-5,80%	Alimentar
18	Agenți de suprafață organici; preparate de spălat (HS 3402)	0,84	9,00%	12,30%	Nealimentar
19	Zahăr din trestie sau din sfeclă (HS 1701)	0,83	n.a.	-3,10%	Alimentar
20	Țesături din bumbac (≥85% bumbac) (HS 5208)	0,72	48,00%	9,8 ori	Nealimentar

Sursa: Intracen, Trademap.org

Datele arată că importurile Republicii Moldova din Regatul Unit sunt dominate de **autoturismele și alte autovehicule pentru transportul persoanelor (21,01 mln EUR)**, care reprezintă de departe **principalul produs importat** - aproape un sfert din totalul importurilor de pe această piață - cu o creștere constantă atât pe termen lung (+19%), cât și în ultimul an (+8,4%), reflectând în bună parte piața second-hand britanică ca sursă tradițională de vehicule. Pe pozițiile următoare se situează **medicamentele pentru uz terapeutic sau profilactic (6,07 mln EUR)** și **peștele congelat (5,35 mln EUR)** - acesta din urmă una dintre puținele categorii alimentare semnificative, confirmând poziția Regatului Unit de mare exportator de pește.

Structura este completată de o componentă solidă de **tehnică și echipamente**: tractoare (5,22 mln EUR, +29% pe termen lung), buldozere și excavatoare (4,80 mln EUR), aparate cu raze X (2,39 mln EUR), aparate respiratorii și măști de gaze (1,48 mln EUR), calculatoare (1,34 mln EUR) și aparatură electrică de comutare (1,07 mln EUR). Remarcabile sunt dinamicele excepționale ale echipamentelor specializate: **aparatele cu raze X (+133% pe termen lung, de circa 399 de ori în ultimul an)**, **aparatele respiratorii (+172%, de circa 49 de ori)** și **calculatoarele (+104%, de 4,9 ori)** - salturi care indică achiziții punctuale de echipamente medicale și tehnologice, probabil legate de programe de dotare instituțională. Creșteri notabile înregistrează și țesăturile impregnate (5,03 mln EUR, +30,6% în ultimul an) și țesăturile din bumbac (0,72 mln EUR, de 9,8 ori) - materii prime care alimentează chiar industria de confecții moldovenească exportatoare, ilustrând circuitul complet al regimului de perfecționare activă.

Categoriile în declin - insecticidele (-33,7%), reactivii de laborator (-26%), buldozerele (-15,5%), băuturile spirtoase (-13,7%) și medicamentele (-9,7% în ultimul an) - sugerează mai degrabă fluctuații de achiziții decât tendințe structurale. Se remarcă, totodată, ponderea minimă a produselor alimentare: doar patru poziții din douăzeci (pește, băuturi spirtoase, preparate alimentare, zahăr), însumând sub 10 mln EUR.

Per ansamblu, structura importurilor moldovenesti din Regatul Unit reflectă **două componente clare:**

1. **Bunuri de consum durabile și farmaceutice** - autoturisme și medicamente, care împreună acoperă circa o treime din total.
2. **Echipamente și tehnologie cu valoare adăugată înaltă** - tehnică agricolă și de construcții, aparatură medicală, calculatoare și electrice - profilul tipic al unei economii dezvoltate care exportă capital tehnologic.

Cele 20 de poziții totalizează 67,72 mln EUR, adică aproximativ 78,7% din importul total al Moldovei din Regatul Unit (86,03 mln EUR) o concentrare ridicată, care confirmă caracterul complementar, nu concurențial, al schimburilor comerciale bilaterale: Moldova importă tehnologie, echipamente și bunuri durabile și exportă produse agroalimentare și bunuri manufacturate în regim industrial.

PROCEDURILE DE EXPORT SPECIFICE REGATULUI UNIT

Pentru a pătrunde și a se dezvolta sustenabil pe piața Regatului Unit, companiile pot utiliza atât exportul direct, cât și exportul indirect. Alegerea depinde de tipul produsului, de resursele disponibile, de nivelul de control dorit și de capacitatea exportatorului de a gestiona cerințele de conformitate ale pieței britanice.

EXPORT DIRECT

Exportul direct presupune vânzarea produselor sau serviciilor către clienți din Regatul Unit, fără intermediari majori pe piața de destinație. Această abordare oferă un control mai mare asupra prețului, poziționării și relației comerciale, dar necesită o bună înțelegere a pieței britanice și a cadrului de reglementare aplicabil după Brexit.

Strategii importante pentru exportul direct:

1. **Cercetarea pieței:** analiza preferințelor consumatorilor, a concurenței și a diferențelor regionale dintre Londra și sud-est, nordul Angliei, Scoția sau Țara Galilor; monitorizarea tendințelor de consum - orientarea spre valoare, cererea pentru produse premium autentice și profilul nutrițional al produselor (regimul HFSS).
2. **Conformitatea legală:** verificarea cerințelor britanice privind etichetarea, siguranța produselor, certificarea și regulile sectoriale - după Brexit, acestea nu mai coincid integral cu cele ale UE.
3. **Prezență locală:** pentru produsele alimentare, este esențială identificarea unui operator alimentar responsabil (Food Business Operator) stabilit în Regatul Unit, așa cum cer regulile de etichetare.
4. **Adaptarea produselor:** etichete în limba engleză, declarație nutrițională conform formatului britanic și ambalaje adaptate pieței locale.
5. **Marketing țintit:** campanii digitale, participarea la târgurile specializate (IFE London, Speciality & Fine Food Fair, London Wine Fair) și colaborarea cu importatori sau cumpărători consacrați.

EXPORT INDIRECT

Exportul indirect presupune colaborarea cu intermediari - agenți, distribuitori sau importatori - care preiau o parte importantă din sarcinile comerciale și operaționale pe piața britanică. Pentru Regatul Unit, această metodă este adesea cea mai practică, în special pentru produsele alimentare și pentru mărfurile care necesită conformitate vamală sau sanitară complexă.

Strategii importante pentru exportul indirect:

1. **Parteneriat cu importatori și distribuitori locali,** care cunosc cerințele buyerilor și pot gestiona formalitățile de import, inclusiv pre-notificările sanitare și declarațiile vamale.
2. **Participarea la târguri și expoziții internaționale de profil,** utile pentru identificarea de parteneri și testarea pieței; standurile naționale organizate prin Invest Moldova reduc costurile de participare.
3. **Valorificarea rețelelor comerciale existente,** inclusiv magazinele specializate est-europene și comunitățile diasporice - un canal-pilot natural înainte de abordarea lanțurilor naționale.
4. **Utilizarea comerțului electronic și a marketplace-urilor,** cu atenție la obligațiile fiscale și la responsabilitatea privind importul.
5. **Monitorizarea performanței comerciale,** deoarece piața britanică pune accent pe livrare la timp (OTIF), calitate constantă și respectarea strictă a termenilor contractuali.

PROCEDURILE DE EXPORT CĂTRE REGATUL UNIT

Comerțul dintre Republica Moldova și Regatul Unit se desfășoară în regim preferențial în baza **Acordului de Parteneriat Strategic, Comerț și Cooperare (STPCA)**, semnat la 24 decembrie 2020 și aplicat de la 1 ianuarie 2021, care a preluat efectele DCFTA după Brexit. Prin protocolul din mai 2024, liberalizarea tarifară pentru produsele agricole moldovenești a fost extinsă integral pentru cinci ani.

Scutirile se aplică doar taxelor vamale, nu și TVA-ului de import sau accizelor. Regatul Unit nu face parte din piața unică a UE: fiecare expediție traversează o frontieră vamală și sanitară completă.

Procesul implică următorii pași principali (pașii 1-5 - partea moldovenească, identici indiferent de destinație; pasul 6 - specific UK, realizat de importator/brokerul britanic):

Pasul 1: Înregistrarea la biroul vamal și identificarea partenerilor

- Compania se înregistrează la Serviciul Vamal al Republicii Moldova (customs.gov.md).
- **Identificarea partenerilor britanici:** importatori, distribuitori, agenți, companii de logistică. Surse utile: Trade Map, Kompas UK, listele de distribuitori din presa de specialitate, târgurile de la Londra și Birmingham, camerele de comerț și asociațiile sectoriale (Food and Drink Federation, Wine and Spirit Trade Association).
- **Verificarea partenerilor:** registrul **Companies House** (find-and-update.company-information.service.gov.uk) oferă gratuit datele de înregistrare, situațiile financiare și structura de conducere a oricărei companii britanice.

Pasul 2: Proceduri pre-vamale

- Contract de vânzare, factură comercială, acte de transport;
- Importatorul/cumpărătorul confirmat, asigurarea mărfii;
- **Incoterms** (DAP, CIF, EXW, FOB) - la exportul către UK, clarificarea părții responsabile de declarația de import și de formalitățile SPS este esențială; buyerii britanici preferă frecvent DAP/DDP.

Pasul 3: Proceduri interne și certificate

- **Serviciul Vamal al Republicii Moldova - certificatul de origine EUR.1 sau declarația de origine pe factură**, conform Acordului de Parteneriat Strategic Moldova-UK (customs.gov.md). **Esențial pentru scutirea de taxe vamale: fără dovada originii se aplică Tariful Global UK (UK Global Tariff - regimul MFN).**
- Organisme de evaluare a conformității (acreditare.md);
- **Certificate pentru produse agroalimentare - ANSA:** certificate fitosanitare (produse vegetale) și sanitar-veterinare (produse de origine animală), conform categoriei de risc din regimul britanic de frontieră (BTOM).

Pasul 4: Proceduri vamale (partea moldovenească)

- Declarația vamală electronică de export (customs.gov.md);
- Prin broker vamal autorizat sau direct (registrul brokerilor - ansa.gov.md / customs.gov.md).

Pasul 5: Proceduri post-vamale

- Confirmarea livrării, recepționarea mărfii, achitarea.

Pasul 6: Procedurile de import în Regatul Unit - realizate de importatorul/brokerul britanic

1. **Număr EORI GB** al importatorului - emis gratuit de HMRC - <https://www.gov.uk/eori>

2. **Declarația de import** prin Customs Declaration Service (CDS) + verificarea taxelor și TVA în **UK Integrated Online Tariff** - <https://www.gov.uk/trade-tariff>
3. **Pentru agroalimentar: pre-notificarea IPAFFS** + certificatul fitosanitar/sanitar-veterinar ANSA; controale documentare, de identitate și fizice la Border Control Posts (de ex. Sevington pentru fluxul Dover/Eurotunnel), cu frecvențe pe categorii de risc. Lista brokerilor vamali britanici autorizați - <https://www.gov.uk/guidance/list-of-customs-agents-and-fast-parcel-operators>
4. **Declarația de siguranță și securitate (ENS)** - transmisă de transportator înainte de sosire.
5. **Transport rutier: GVMS (Goods Vehicle Movement Service)** - la trecerea frontierei britanice, transportatorul generează referința de mișcare a mărfii (GMR) în sistemul GVMS, obligatoriu la Dover/Eurotunnel - <https://www.gov.uk/guidance/register-for-the-goods-vehicle-movement-service>

DOCUMENTE ESENȚIALE PENTRU EXPORTUL ÎN REGATUL UNIT

1. **Factura Comercială (Commercial Invoice)** - documentul central: descrierea mărfii, coduri tarifare (HS), cantități, prețuri unitare, valoare totală și termeni de vânzare (Incoterms). *Codul tarifar corect se verifică în UK Integrated Online Tariff (gov.uk/trade-tariff).*
2. **Lista de Ambalare (Packing List)** - numărul de pachete, greutatea, volumul și dimensiunile fiecărui colet; document important pentru ofițerii vamali, transportatori și personalul logistic. Orice discrepanță poate duce la costuri suplimentare.
3. **Dovada de origine preferențială (EUR.1 / declarație de origine)** - eliberată de **Serviciul Vamal al Republicii Moldova** conform Acordului Moldova-UK. **Esențială pentru scutirea de taxe vamale; fără ea se aplică Tariful Global UK (MFN).**
4. **Certificate fitosanitare / sanitar-veterinare (ANSA)** - obligatorii pentru produsele vegetale și de origine animală, conform categoriei de risc din regimul britanic de frontieră (**BTOM**). Importatorul depune **pre-notificarea în sistemul IPAFFS** înainte de sosirea mărfii.
5. **Etichetare conform cerințelor UK** - etichetă în limba engleză, alergeni evidențiați, declarație nutrițională și **numele + adresa unui operator stabilit în Regatul Unit** pe etichetă. **Pentru vin: certificatul VI-1 nu mai este necesar (eliminat din 2022)** - rămâne cerința operatorului UK pe etichetă (din 2024).
6. **Documente de transport - CMR (transport rutier):** principalul document pentru livrările Moldova-UK; la trecerea frontierei britanice, transportatorul folosește sistemul **GVMS (Goods Vehicle Movement Service)**. Air Waybill pentru transportul aerian / Bill of Lading pentru cel maritim - servesc drept dovadă de livrare și contract de transport.

TVA ȘI IMPOZITARE ÎN REGATUL UNIT

- **În Moldova:** exporturile sunt scutite de TVA.
- **În Regatul Unit:** TVA standard **20%**; TVA redus **5%**; TVA zero **0%** - majoritatea produselor alimentare de bază (avantaj semnificativ pentru exportatorii agroalimentari); accize la băuturile alcoolice, calculate după concentrația alcoolică.
- **Prag de înregistrare TVA: 90.000 £** (doar pentru companii stabilite în UK); **pentru nerezidenți nu există prag** - înregistrare de la prima livrare taxabilă pe teritoriul britanic.
- Importatorul britanic poate utiliza **Postponed VAT Accounting** (contabilizarea TVA prin decont, fără plată la frontieră).

În continuare se prezintă structura cotelor de TVA și domeniile de aplicare în Regatul Unit:

Tabel 8. Cotele de TVA în Regatul Unit

Rată	Tip	Ce bunuri sau servicii
20%	Standard	Majoritatea bunurilor și serviciilor, inclusiv băuturi alcoolice, cofetărie, snacks-uri, băuturi răcoritoare
5%	Redusă	Categorii limitate: scaune auto pentru copii, produse de economisire a energiei
0%	Zero	Majoritatea alimentelor de bază (fructe, legume, nuci, pâine, conserve), cărți, îmbrăcăminte pentru copii, transport public

Sursa: GOV.UK / HMRC – VAT rates on different goods and services – <https://www.gov.uk/guidance/rates-of-vat-on-different-goods-and-services>

- Pentru a **exporta eficient către Regatul Unit**, companiile moldovenești trebuie să fie bine pregătite documentar, legal și logistic. După Brexit, Regatul Unit aplică propriile reguli vamale și de import, iar fiecare livrare traversează o frontieră vamală și sanitară completă - de aceea, înainte de expedierea mărfurilor **este recomandată verificarea codului tarifar al produsului, a taxelor vamale, a cerințelor privind etichetarea și a eventualelor certificate sanitare sau fitosanitare.**
- Pentru produsele alimentare, băuturile alcoolice și produsele de origine animală sau vegetală pot exista cerințe suplimentare (<https://www.gov.uk/guidance/export-or-move-food-drink-and-agricultural-products>) privind notificarea prealabilă (IPAFFS) și controalele la frontieră, în funcție de categoria de risc. Întrucât multe cerințe depind de tipul produsului, de lanțul de aprovizionare și de importatorul de drept, **este recomandată consultarea prealabilă cu un broker vamal autorizat și colaborarea cu un importator britanic experimentat, care pot ghida exportatorul prin formalitățile specifice fiecărei categorii de marfă.**
- Respectarea strictă a normelor britanice privind etichetarea, originea preferențială, fiscalitatea și siguranța alimentară garantează accesul sigur și durabil pe una dintre cele mai mari și mai exigente piețe de consum din Europa. **Regatul Unit oferă un regim comercial preferențial complet, o birocrație digitalizată și un mediu de afaceri transparent și predictibil, reprezentând una dintre cele mai valoroase piețe de diversificare a exporturilor moldovenești în afara Uniunii Europene.**

Pentru a facilita accesul exportatorilor moldoveni la informații oficiale și actualizate privind piața britanică, mai jos este prezentată o listă a celor mai relevante resurse instituționale și platforme online. Tabelul 9 include portalurile guvernamentale și autoritățile de reglementare ale Regatului Unit, împreună cu o scurtă descriere a informațiilor pe care le oferă fiecare.

Tabel 9. Link-uri utile pentru companiile exportatoare pe piața Regatului Unit

Denumire	Site Web	Descriere
GOV.UK	https://www.gov.uk	Portalul oficial GOV.UK. Este cea mai importantă sursă de informații pentru companiile care exportă în Regatul Unit. Include ghiduri privind procedurile vamale, documentele necesare, declarațiile de import și export, regulile de origine, licențele, controalele la frontieră și obligațiile operatorilor economici. Reprezintă primul punct de informare pentru orice exportator.
HM Revenue & Customs (HMRC)	https://gov.uk/government/organisations/hm-revenue-customs	Autoritatea vamală și fiscală a Regatului Unit. Oferă informații privind codul EORI, declarațiile vamale, TVA la import, accize, plata taxelor vamale, regimurile vamale speciale și procedurile aplicabile mărfurilor introduse pe piața britanică.
UK Trade Tariff	https://gov.uk/trade-tariff	Platforma oficială pentru identificarea codurilor tarifare (Commodity Codes), taxelor vamale, TVA, măsurilor comerciale și restricțiilor aplicabile fiecărui produs. Este una dintre cele mai utilizate resurse înainte de exportul unei mărfi și principalul instrument de referință pentru relația Moldova-Regatul Unit.
Import goods into the UK (ghid pas-cu-pas)	https://gov.uk/import-goods-into-uk	Ghidul oficial pas-cu-pas al Guvernului britanic pentru introducerea mărfurilor pe piața britanică. Indică documentele necesare, numărul EORI, declarațiile vamale, certificatele, licențele și eventualele controale sanitare sau fitosanitare aplicabile. (Înlocuiește instrumentul „Check how to import or export goods”, retras din uz.)
Department for Business and Trade (DBT)	https://gov.uk/government/organisations/department-for-business-and-trade	Instituția guvernamentală responsabilă de politica comercială a Regatului Unit. Publică informații privind acordurile comerciale, accesul pe piață, oportunitățile comerciale și ghiduri pentru desfășurarea relațiilor comerciale cu Regatul Unit.
Food Standards Agency (FSA)	https://food.gov.uk	Autoritatea responsabilă de siguranța alimentelor. Include cerințele privind etichetarea, standardele de siguranță alimentară, trasabilitatea produselor și cerințele aplicabile importurilor de produse alimentare. Este o resursă esențială pentru exportatorii din sectorul alimentar.
Department for Environment, Food & Rural Affairs (DEFRA)	https://gov.uk/government/organisations/department-for-environment-food-rural-affairs	Instituția responsabilă pentru reglementările privind importul produselor agricole, de origine animală și vegetală. Publică informații privind certificatele fitosanitare și veterinare, cerințele SPS și controalele oficiale aplicabile produselor agroalimentare.
Access2Markets (Comisia Europeană)	https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets	Portalul Comisiei Europene care oferă informații privind regulile de origine, clasificarea mărfurilor, acordurile comerciale și documentele necesare.

BIBLIOGRAFIE

1. **Access2Markets (Comisia Europeană)** - Reguli de origine, clasificarea mărfurilor, acorduri comerciale și documente necesare - <https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets>
2. **Aldi UK Press Office** - *Aldi reveals which towns and cities will benefit from record £1.6bn expansion plan* (planul de expansiune 2026-2027) - <https://www.al dipresscentre.co.uk/business-news/aldi-reveals-which-towns-and-cities-will-benefit-from-record-1-6bn-expansion-plan/>
3. **Ambasada Republicii Moldova în Regatul Unit** - *Cadrul juridic bilateral* - <https://regatulunit.mfa.gov.md/ro/content/cadrul-juridic-bilateral>
4. **Ambasada Republicii Moldova în Regatul Unit** - *Relații politico-diplomatice* - <https://regatulunit.mfa.gov.md/ro/content/relatii-politico-diplomatice>
5. **Banca Mondială (World Bank)** - Populația rurală (% din populația totală), Regatul Unit - <https://data.worldbank.org/indicator/SP.RUR.TOTL.ZS?locations=GB>
6. **Biroul Național de Statistică al Republicii Moldova** - Date statistice oficiale - <https://statistica.gov.md/ro>
7. **Biroul Național de Statistică al Republicii Moldova** - *Produsul intern brut în trimestrul IV și anul 2025* - https://statistica.gov.md/ro/produsul-intern-brut-in-trimestrul-iv-si-anul-2025-9497_62357.html
8. **BusinessStats** - *Grocery Market Share in the United Kingdom (UK)* - <https://businesstats.com/grocery-market-share-in-the-united-kingdom-uk/>
9. **Country Economy** - *Comparație economică Regatul Unit / Moldova* - <https://countryeconomy.com/countries/compare/uk/moldova>
10. **Deloitte UK** - *Consumer confidence drops to lowest level in two years* (încrederea consumatorilor britanici) - <https://www.deloitte.com/uk/en/about/press-room/consumer-confidence-drops-to-lowest-level-in-two-years.html>
11. **Deloitte UK** - *Consumer Tracker: sectorul de retail* - <https://www.deloitte.com/uk/en/Industries/consumer/research/consumer-tracker/retail-sector.html>
12. **ESM Magazine** - *Top 10 Supermarket Retail Chains In The UK* (clasament după rezultatele financiare anuale; actualizat 22 iunie 2026) - <https://www.esmmagazine.com/retail/top-10-supermarket-chains-in-the-uk-231802>
13. **Expatica** - *Work culture and business etiquette in the UK* (6 martie 2025) - <https://www.expatica.com/uk/working/employment-basics/uk-business-culture-103182/>
14. **Food Council UK** - *Insights: analize despre piața alimentară britanică* - <https://foodcouncil.uk/insights>
15. **Food Standards Agency (FSA)** - Siguranța alimentelor, etichetare, trasabilitate - <https://www.food.gov.uk>
16. **GB News** - *Asda to cut jobs* (restructurarea Asda pe fondul datoriilor) - <https://www.gbnews.com/money/asda-cut-jobs-supermarket-debt>
17. **Globig** - *The Ultimate Guide to Business Etiquette in the United Kingdom* (2025) - <https://globig.co/the-ultimate-guide-to-business-etiquette-in-the-united-kingdom/>
18. **GOV.UK** - Portalul oficial al Guvernului britanic: proceduri vamale, documente, reguli de origine, licențe, controale la frontieră - <https://www.gov.uk>
19. **GOV.UK** - *Department for Business and Trade (DBT)* - politica comercială a Regatului Unit - <https://www.gov.uk/government/organisations/department-for-business-and-trade>
20. **GOV.UK** - *Department for Environment, Food & Rural Affairs (DEFRA)* - importul produselor agricole, certificate fitosanitare și veterinare, cerințe SPS - <https://www.gov.uk/government/organisations/department-for-environment-food-rural-affairs>
21. **GOV.UK** - *Get an EORI number* (numărul EORI GB, emis gratuit de HMRC) - <https://www.gov.uk/eori>

22. **GOV.UK** - *Import goods into the UK* (ghid oficial pas-cu-pas) - <https://www.gov.uk/import-goods-into-uk>
23. **GOV.UK** - *List of customs agents and fast parcel operators* (lista brokerilor vamali britanici autorizați) - <https://www.gov.uk/guidance/list-of-customs-agents-and-fast-parcel-operators>
24. **GOV.UK** - *Register for the Goods Vehicle Movement Service (GVMS)* – sistemul obligatoriu la trecerea frontierei britanice pentru transportul rutier – <https://www.gov.uk/guidance/register-for-the-goods-vehicle-movement-service>
25. **GOV.UK** - *The National Minimum Wage in 2026* (salariul minim național) – <https://www.gov.uk/government/publications/the-national-minimum-wage-in-2026/the-national-minimum-wage-in-2026>
26. **GOV.UK** – *UK bank holidays* (sărbătorile legale) – <https://www.gov.uk/bank-holidays>
27. **GOV.UK** – *UK-Moldova Strategic Partnership, Trade and Cooperation Agreement* – <https://www.gov.uk/government/collections/uk-moldova-strategic-partnership-trade-and-cooperation-agreement>
28. **GOV.UK** – *UK Trade Tariff (UK Integrated Online Tariff)* – coduri tarifare, taxe vamale, TVA și restricții pe produs – <https://www.gov.uk/trade-tariff>
29. **GOV.UK / HMRC** – *VAT rates on different goods and services* (cotele de TVA) – <https://www.gov.uk/guidance/rates-of-vat-on-different-goods-and-services>
30. **Grocery Trade News** – *Top FMCG Distributors UK – Leading Food & Drink Wholesale in 2025* – <https://www.grocerytradenews.com/fmcg-distributors-uk/>
31. **HM Revenue & Customs (HMRC)** – Autoritatea vamală și fiscală a Regatului Unit: EORI, declarații vamale, TVA la import, accize – <https://www.gov.uk/government/organisations/hm-revenue-customs>
32. **Intracen (ITC)** – *Trade Map: statistici de comerț internațional* – <https://www.trademap.org>
33. **Ministerul Dezvoltării Economice și Digitalizării al Republicii Moldova (MDED)** – *Încă 5 ani de export fără taxe la produsele agricole moldovenesti pe piața britanică* – <https://mded.gov.md/inca-5-ani-de-export-fara-taxe-la-produselor-agricole-moldovenesti-pe-piata-britanica/>
34. **Office for National Statistics (ONS)** – *Annual Survey of Hours and Earnings: câștigurile salariale în Regatul Unit, 2025* – <https://www.ons.gov.uk/employmentandlabourmarket/peopleinwork/earningsandworkinghours/bulletins/annualsurveyofhoursandearnings/2025>
35. **Office for National Statistics (ONS)** - *CPIH Annual Rate: Indicele Prețurilor de Consum, Regatul Unit* – <https://www.ons.gov.uk/economy/inflationandpriceindices/timeseries/l55o/mm23>
36. **Office for National Statistics (ONS)** - *Family spending in the UK: April 2024 to March 2025* (cheltuielile de consum ale gospodăriilor britanice) – <https://www.ons.gov.uk/peoplepopulationandcommunity/personalandhouseholdfinances/expenditure/bulletins/familyspendingintheuk/april2024tomarch2025>
37. **Office for National Statistics (ONS)** - *UK total trade: all countries, seasonally adjusted* – <https://www.ons.gov.uk/economy/nationalaccounts/balanceofpayments/datasets/uktotaltradeallcountriestseasonallyadjusted>
38. **PopulationPyramid.net** - Comparația piramidelor demografice: SUA vs. Regatul Unit - <https://populationpyramids.org/compare/usa-vs-uk>
39. **Reuters** – *UK grocery inflation eases with Iran conflict yet to fully hit prices* (mai 2026) - <https://kfgo.com/2026/05/27/uk-grocery-inflation-eases-with-iran-conflict-yet-to-fully-hit-prices/>
40. **Savills** - Analiză de cercetare a pieței de retail din Regatul Unit - https://www.savills.co.uk/research_articles/229130/379213-0
41. **Sustainability Magazine** - *Cost of living driving sustainable consumerism* (costul vieții și consumul sustenabil; studiu Deloitte) - <https://sustainabilitymag.com/sustainability/cost-of-living-driving-sustainable-consumerism-deloitte>

42. **Technologist Confidant** *Fundamental Principles of British Business Culture* - <https://www.technologistcon-fidant.com/magazines/fundamental-principles-of-british-business-culture>
43. **The Grocer** - *Own label sales exceed 50% of UK grocery volumes for the first time* (mărcile proprii depășesc 50% din volumele alimentare) – <https://www.thegrocer.co.uk/news/own-label-sales-exceed-50-of-uk-grocery-volumes-for-the-first-time/717618.article>
44. **USDA Foreign Agricultural Service** – *Retail Foods Annual: raportul anual privind retailul alimentar din Regatul Unit* – <https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=Retail+Foods+Annual+London+United+Kingdom+UK2025-0035.pdf>
45. **WeAreDevelopers** - *UK Business Culture and Etiquette* (2023) - <https://www.wearedevelopers.com/en/magazine/326/uk-business-culture-and-etiquette>
46. **Worldometers** - *Cele mai mari orașe din Regatul Unit* – <https://www.worldometers.info/population/largest-cities-in-uk/>
47. **Worldpanel by Numerator / Sharecast** - *UK grocery inflation eases to 3pc as heatwave drives sales* (iunie 2026) - <https://www.sharecast.com/amp/news/news-and-announcements--/uk-grocery-inflation-eases-to-3pc-as-heatwave-drives-sales--22802674.html>
48. **YouGov** - *UK Retail Round-Up 2025: Key Trends and Insights* (tendințe-cheie în retailul britanic) - <https://yougov.com/en-gb/articles/53674-uk-retail-round-up-2025-key-trends-and-insights>

ANEXE

ANEXA 1. PORTALURI CU EXPOZIȚII ÎN REGATUL UNIT

Nume	Domeniu	Frecvență	Scurtă descriere	Link
Eventseye - United Kingdom Trade Shows	Toate industriile	~500+ târguri/an	Una dintre cele mai complete baze de date internaționale cu târgurile organizate în Regatul Unit. Permite filtrarea după industrie, oraș (Londra, Birmingham, Manchester, Glasgow etc.) și perioadă de desfășurare.	https://www.eventseye.com/fairs/c1_trade-shows_uk-united-kingdom.html
10Times - Trade Shows in United Kingdom	Multisectorial (B2B & B2C)	>2.000 evenimente/an	Platformă internațională foarte utilizată pentru identificarea târgurilor, expozițiilor și conferințelor din Regatul Unit. Include informații despre expozanți, profilul vizitatorilor și evaluările participanților.	https://10times.com/unitedkingdom/tradeshows
TradeFairDates - United Kingdom	Toate domeniile economice	actualizare continuă	Calendar internațional al târgurilor comerciale organizate în Regatul Unit, cu posibilitatea filtrării după industrie, oraș și lună de desfășurare.	https://www.tradefairdates.com/Fairs-United-Kingdom-of-Great-Britain-and-Northern-Ireland-Z75-S1.html
Business Show Media	Antreprenoriat, business, comerț internațional	anual	Organizator al unora dintre cele mai importante expoziții și evenimente de afaceri din Regatul Unit, inclusiv The Business Show și International Business Show, dedicate dezvoltării afacerilor și extinderii pe piețe externe.	https://www.businessshowmedia.co.uk/
Excel London	Multisectorial	peste 300 evenimente/an	Unul dintre cele mai mari centre expoziționale din Europa, găzduind anual sute de târguri și expoziții internaționale din domenii precum industria alimentară, tehnologie, sănătate, logistică, construcții și bunuri de consum.	https://www.excel.london/
NEC Birmingham (National Exhibition Centre)	Multisectorial	peste 500 evenimente/an	Cel mai mare centru expozițional din Regatul Unit, organizator și gazdă pentru unele dintre cele mai importante târguri comerciale dedicate industriei, agriculturii, produselor alimentare, retailului și tehnologiei.	https://www.thenec.co.uk/
Olympia London	Multisectorial	peste 200 evenimente/an	Centru expozițional cu tradiție, care găzduiește târguri internaționale din sectoarele food & beverage, beauty, fashion, design, tehnologie și produse de larg consum.	https://olympia.london/
Department for Business and Trade - Events	Export, investiții și comerț internațional	actualizare continuă	Portalul oficial al Guvernului Regatului Unit care publică evenimente, misiuni comerciale, expoziții și programe dedicate dezvoltării relațiilor comerciale internaționale și promovării afacerilor.	https://www.great.gov.uk/
Food, Drink & Hospitality Week	Food, drink & HoReCa - platforma-umbrelă nr. 1	anual (ExCeL London, 30 martie - 1 aprilie 2026)	Cel mai mare eveniment agroalimentar din UK: reunește sub un singur acoperiș IFE, IFE Manufacturing, HRC, The Pub Show, Hospitality Tech360, Speciality & Fine Food Fair și International Salon Culinaire Ife - un singur bilet de expozant, acces la buyeri din retail, angro, import-export și HoReCa.	https://www.ife.co.uk
The UK Food & Drink Shows	Food & drink, retail alimentar, conveniență	anual (NEC Birmingham)	Platforma-umbrelă a organizatorului William Reed (editorul revistei The Grocer): reunește Food & Drink Expo, Farm Shop & Deli Show, National Convenience Show, Forecourt Show și Foodex Manufacturing Solutions Foodanddrinkexpo - acces direct la buyerii din comerțul independent și de conveniență.	https://www.ukfoodanddrinkshows.co.uk

ANEXA 2. PORTALURI CU BAZE DE DATE COMPANII ÎN REGATUL UNIT

Nume	Descriere	Link
Companies House	Registrul oficial al companiilor din Regatul Unit. Permite verificarea firmelor înregistrate, a statutului juridic, administratorilor, situațiilor financiare, datelor de înregistrare și documentelor depuse oficial. Este principala sursă pentru verificarea existenței și bonității unei companii britanice.	https://find-and-update.company-information.service.gov.uk/
OpenCorporates - United Kingdom	Cea mai mare bază de date deschisă cu informații despre companiile din Regatul Unit, agregând date oficiale din Companies House. Utilă pentru verificarea rapidă a companiilor și analiza relațiilor corporative.	https://opencorporates.com/companies/gb
Kompass United Kingdom	Director internațional B2B cu mii de producători, distribuitori, importatori și furnizori din Regatul Unit. Permite căutarea companiilor după industrie, produse și regiune și este util pentru identificarea potențialilor parteneri comerciali.	https://gb.kompass.com/
Global Database - United Kingdom	Platformă comercială cu informații despre milioane de companii britanice, inclusiv date financiare, persoane de contact, indicatori de risc și rapoarte de credit. Utilă pentru prospectarea pieței și verificarea potențialilor parteneri de afaceri.	https://www.globaldatabase.com/united-kingdom-companies-database
B2BHint - United Kingdom Company Search	Platformă internațională de verificare și analiză a companiilor, care integrează date din registre oficiale din peste 140 de jurisdicții, inclusiv Regatul Unit. Oferă informații despre situația juridică, administratori, situații financiare, cazuri în instanță, structura acționariatului și alți indicatori relevanți pentru evaluarea potențialilor parteneri de afaceri	https://b2bhint.com/en/country/search-united-kingdom-company--6
British Chambers of Commerce - Member Directory	Director al Camerelor de Comerț din Regatul Unit și al companiilor membre. O resursă utilă pentru identificarea firmelor active și dezvoltarea relațiilor comerciale pe piața britanică.	https://www.britishchambers.org.uk/

REPUBLICA MOLDOVA

Client:

Project Implementation Unit of the MSME
Competitiveness Project

Sector:

General Industry and Trade sector
Project ID No. P177895
Reference No. MD-CEP-537720-CS-CQS

Consultant:

Gateway & Partners Moldova
"Export Partners" SRL
Reg. No. 1017600001253,
Sfatul Tării 27, bir. 26-2, 26-3, Chisinau,
Republica Moldova, MD-2001

Persoana de contact:

Andrei Crigan
"Gateway & Partners Moldova" Partener
Mob: +373 69 380 020
E-mail: andrei.crigan@gatewaypartners.eu