



GHID PENTRU AFACERI EXPORTUL ÎN UNIUNEA EUROPEANĂ



EU4Business

Această publicație este produsă în cadrul Proiectului finanțat de Uniunea Europeană “Vizibilitate și comunicare pentru acțiunile referitoare la implementarea Acordului de Asociere/Zona de Liber Schimb Aprofundat și Cuprinzător (AA/DCFTA) în cadrul programelor de asistență finanțate de Uniunea Europeană” **EuropeAid/137988/DH/SER/MD.**

CUPRINS

Lista abrevierilor	03
Cuvânt de deschidere	04
Introducere	05
Partea I. Evaluarea capacităților și fundamentarea strategiei de export	06
Pasul nr. 1 Evaluarea capacității de export	06
Pasul nr. 2 Elaborarea strategiei și a planului de export	09
Partea II. Cercetarea pieței de export și pregătirea ofertei	14
Pasul nr. 3 Selectarea și cercetarea pieței de export	14
Pasul nr. 4 Pregătirea ofertei	18
Partea III. Strategia de pătrundere pe piață	22
Pasul nr. 5 Strategia de pătrundere pe piață - selectarea și abordarea potențialilor parteneri	22
Pasul nr. 6 Pătrunderea pe piață - expoziții, misiuni comerciale, matchmaking	25
Partea IV. Livrarea comenzilor și managementul comunicării	28
Pasul nr. 7 Livrarea comenzii - logistică, aspecte legale și financiare	28
Pasul nr. 8 Comunicarea și managementul relațiilor cu clienții	32
Istории de succes – IMM-uri care exportă în Uniunea Europeană	35
CONCLUZII ȘI RECOMANDĂRI GENERALE	36
SURSE DE INFORMARE ȘI SUPPORT	37
REFERINȚE BIBLIOGRAFICE	38
ANEXE	40

LISTA ABREVIERILOR

AGEPI	Agenția de Stat pentru Proprietatea Intelectuală
B2B	Business-to-business / De la Afacere la Afacere
BERD	Banca Europeană pentru Reconstrucție și Dezvoltare
DCFTA	Deep and Comprehensive Free Trade Area / Zona de Liber Schimb Aprofundat și Cuprinzător
HORECA	Hoteluri - Restaurante - Cafenele
IMM	Întreprinderi Mici și Mijlocii
IT	Information Technology / Tehnologie Informațională
PI	Proprietate Intelectuală
RM	Republica Moldova
SMS	Short Message Service / Serviciul de Mesagerie Scurtă
UE	Uniunea Europeană
USAID	United States Agency for International Development / Agenția Statelor Unite pentru Dezvoltare Internațională
USD	United States Dollar / Dolarul American

CUVÂNT DE DESCHIDERE

Această publicație este produsă în cadrul Proiectului finanțat de Uniunea Europeană “Vizibilitate și comunicare pentru acțiunile referitoare la implementarea Acordului de Asociere/Zona de Liber Schimb Aprofundat și Cuprinzător (AA/DCFTA) în cadrul programelor de asistență finanțate de Uniunea Europeană”.

Principalele obiective ale proiectului se referă la proiectarea și implementarea unui program de sensibilizare a opiniei publice cu scopul promovării beneficiilor AA/DCFTA, inclusiv diseminarea informațiilor specifice și utile, ce vizează necesitățile agenților economici din toate domeniile de referință ale Acordului de Liber Schimb Aprofundat și Cuprinzător (DCFTA) dintre Uniunea Europeană și Republica Moldova. Scopul final este de a sprijini participarea mediului de afaceri la implementarea integrală a acordului.

În cadrul acestui proiect au fost realizate un șir de materiale de informare adresate mediului de afaceri, companiilor și exportatorilor mari, dar și întreprinderilor mici și mijlocii, referitoare la cerințele pieței Uniunii Europene, pașii de urmat și asistența disponibilă pentru agenții economici din Republica Moldova, pentru a profita la maximum de oportunitățile oferite de către Acordul de Liber Schimb Aprofundat și Cuprinzător (DCFTA).

Această publicație face parte din seria de materiale elaborate în cadrul proiectului și are ca scop furnizarea informațiilor de bază și aplicate pentru a ajuta agenții economici să înțeleagă mai bine care sunt principalele intervenții, rezultate și oportunități ale Acordului de Liber Schimb Aprofundat și Cuprinzător (DCFTA).

Mai multe informații pot fi consultate pe site-ul www.EU4Business.eu/moldova
Conținutul acestui material este responsabilitatea exclusivă a autorilor și nu poate fi atribuit Uniunii Europene.



INTRODUCERE

În ultimul deceniu, exporturile moldovenești au suferit schimbări esențiale. Unele industrii (de exemplu, vinificația) au demonstrat evoluții importante, "stimulate" de embargourile Federației Ruse în 2006, 2013, 2014 și acum reprezintă exemple de bune practici în stabilirea poziției competitive pe piața internațională. Valoric, exporturile de mărfuri au totalizat peste 2,4 mld USD în 2017, volum superior celui realizat în anul 2016 cu 18,6%¹.

Ca parte componentă a Acordului de Asociere dintre Republica Moldova și Uniunea Europeană (Acord), Zona de Liber Schimb Aprofundat și Cuprinzător (DCFTA) se aplică în relațiile dintre RM și UE de la 1 septembrie 2014. Pe de o parte, Acordul a susținut eforturile depuse de produsele moldovenești pentru pătrunderea pe piața UE, astfel că exporturile către UE au crescut în mod constant, însumând mai bine de 1,5 mld USD sau 65,8% din exporturile naționale în 2017, ceea ce este cu 19,9% mai mult față de 2016.

Pe de altă parte, Uniunea Europeană continuă să acorde un suport tehnic și financiar constant în implementarea Acordului de Asociere, armonizarea legislativă, dar și adaptarea politicilor sectoriale în ideea fortificării capacităților instituționale, sporirea calității și competitivității produselor moldovenești, sporirea accesului la piața Uniunii Europene și, implicit, relansarea calității vieții cetățenilor.

Acest context favorabil, susținut de o serie de programe oferite de către partenerii de dezvoltare (UE, USAID, Banca Mondială, BERD ș.a.), argumentează necesitatea unei vizibilități sporite, care ar valorifica pe deplin avantajele oferite de Acordul de Asociere. În acest sens, este esențială prezentarea celor mai importante aspecte practice cu care se întâlnește mediul de afaceri atunci când exportă în Uniunea Europeană.

¹ <http://www.statistica.md/category.php?l=ro&idc=336&>

Ghidul "Exportul în Uniunea Europeană" face parte din seria de ghiduri destinate unei cunoașteri mai largi a relațiilor RM-UE și are ca scop facilitarea înțelegerii procesului de export către Uniunea Europeană din perspectiva mediului de afaceri local. Fiind unul din rezultatele Proiectului UE "Vizibilitate și comunicare pentru acțiunile legate de implementarea Acordului de Asociere / Acordului de Liber Schimb Aprofundat și Cuprinzător în cadrul programelor de asistență finanțate de Uniunea Europeană", ghidul "Exportul în Uniunea Europeană" urmează să abordeze subiectele care întregesc necesitățile de informare ale antreprenorilor moldoveni, aferente evaluării capacităților (potențialului) de export; elaborarea strategiei și a planului de export, cercetarea și argumentarea selectării pieței de export, livrarea comenzii și managementul comunicării.

Ghidul vine în ajutorul întreprinderii locale și cu o serie de vizualizări grafice pentru fiecare subiect expus, pentru a facilita asimilarea informației într-un mod succint și clar, precum și cu completări trecute în Anexe, care pun accentul pe practică. Materialul prezentat are drept scop amplificarea convingerii că exportul în Uniunea Europeană poate fi privit ca un proces ce implică mai puține riscuri și mai multe oportunități în timp ce ghidează întreprinzătorul din primele momente de conștientizare a necesității de export până la aprecierea importanței comunicării cu potențialii parteneri.

În speranța că acest ghid Vă va fi util, Vă urăm Succes!

EVALUAREA CAPACITĂȚILOR ȘI FUNDAMENTAREA STRATEGIEI DE EXPORT

Pasul nr. 1 Evaluarea capacității de export

- ✔ Întreprinderea de export este cea care are un produs sau un serviciu competitiv, resurse financiare și umane suficiente pentru punerea în aplicare a strategiei de export, precum și sprijin managerial pentru lansarea exporturilor.
- ✔ Evaluarea capacității de export permite unității economice să înțeleagă ce trebuie de îmbunătățit pentru ca aceasta să devină o întreprindere de succes în exporturi.

Întreprinderea dvs. poate ajunge la un moment în care piața internă este deja asimilată sau există perspectiva obținerii unui profit mai mare pe o altă piață, sau dorește să reducă dependența de piața internă. Totuși, înainte ca întreprinderea să ia o decizie cu privire la exporturi, este necesar **ca ea să evalueze dacă și în ce măsură canalele și oportunitățile de pe piața internă au fost valorificate.**

Dezvoltarea exporturilor **pe termen lung** oferă întreprinderii **avantaje financiare, cunoștințe și experiență** care îi sporesc competitivitatea pe piața internă. Printre **cele mai importante beneficii** ale întreprinderii care exportă sunt următoarele:

- creșterea **cifrei de afaceri** și a oportunităților suplimentare de profit;
- utilizarea **potențialului de dezvoltare**

al întreprinderii;

- diversificarea **riscului** - prin extinderea pieței și a bazei de clienți, întreprinderea nu mai depinde de situația economică de pe piața internă;
- noi **cunoștințe, experiență și idei** - atunci când exportați, întreprinderea poate folosi cunoștințele acumulate pentru a dezvolta piața locală.

Totodată, **pe termen scurt**, întreprinderea se va confrunta cu **obstacole în calea exportului** - necesitatea investițiilor legate de creșterea capacităților de producție, lipsa specialiștilor în export, lipsa cunoștințelor despre piețele de export, mediul străin de afaceri, diferențele culturale și, cel mai important, **concurența** - pe piețele străine va trebui să concuțați atât cu întreprinderile locale, cât și cu cele din alte țări.

În cazul în care întreprinderea a evaluat argumentele PRO și CONTRA exporturilor și a decis să înceapă exportul, atunci este important ca ea să examineze gradul său de pregătire la export prin două întrebări fundamentale:

- **Întreprinderea este pregătită să exporte?**
- **Produsul sau serviciul întreprinderii este pregătit pentru export?**

Inițierea exportului pe o piață străină, în special dacă este vorba despre piața **Uniunii Europene**², care este enormă (**peste 500 milioane de consumatori**), matură și cu o înaltă cultură de consum, trebuie să fie precedată de o **evaluare temeinică a capacității (potențialului) de export**. Fiecare întreprindere este diferită în ceea ce privește dimensiunea, structura și domeniul de activitate. Cu toate acestea, modul în care fiecare întreprindere își poate evalua potențialul de export este similar.

Pot fi deosebit de utile următoarele **7 niveluri** în evaluarea capacității de export a întreprinderii dvs.:

1) Pregătirea managementului (conducerii) întreprinderii – personalul de conducere ar trebui să evalueze rolul exporturilor și să înțeleagă dacă exportul este o prioritate pentru întreprindere, dacă conducerea întreprinderii are o viziune și o strategie pe termen lung legată de exporturi, dacă sunt identificate obiectivele care trebuie atinse, dacă întreprinderea va fi gata să se adapteze noilor realități aduse de exporturi, inclusiv competiția pe plan internațional și, în primul rând, dacă întreprinderea are deja unele succese în domeniul de export.

2) Pregătirea personalului de vânzări – trebuie să înțelegeți dacă întreprinderea dvs. are personalul necesar pentru inițierea și dezvoltarea exporturilor, dacă întreprinderea dispune de personal calificat și cu experiență pe piețele externe, dacă sunt suficiente cunoștințe de limbi străine pentru a comunica cu partenerii străini, dacă întreprinderea dvs. are puse la punct procesele de îmbunătățire a calificării personalului implicat în exporturi și dacă întreprinderea cunoaște organizarea proceselor de export.

3) Cunoașterea piețelor – este esențial ca întreprinderea să dispună de informațiile care o vor ajuta să cunoască piețele

străine și să poată oferi un produs sau un serviciu competitiv. Răspundeți la așa întrebări, precum: care sunt piețele pe care întreprinderea deja a exportat? Ce informații sunt necesare pentru a identifica piața-țintă? Aveți o cercetare de piață sau alte informații disponibile despre piața-țintă? Există cerințe specifice pe piața ce urmează să exportați (detalii la acest subiect sunt descrise în **Pasul nr. 7** al ghidului)? Au vizitat reprezentanții întreprinderii dvs. unele expoziții sau evenimente de pe piața-țintă? Dacă nu, de pe care altă piață?

4) Resurse financiare și legale – întreprinderea trebuie să fie conștientă că, pentru a începe să exporte, va avea nevoie de resurse financiare importante, deoarece activitatea de export necesită un buget atent planificat pentru lansarea și implementarea exportului. Prin urmare, este necesar să luați în considerare următoarele aspecte – care sunt resursele financiare ale întreprinderii dedicate ca buget pentru dezvoltarea exportului, dacă are întreprinderea mijloacele necesare pentru a-și ajusta producția la cerințele cantitative și calitative ale pieței de export și, nu mai puțin important, dacă întreprinderea dispune de informații cu privire la modalitățile de reducere a riscurilor financiare în comerțul internațional.

5) Capacitatea de producție și conformitatea – este esențial să se evalueze potențialul de producție și conformitatea acesteia cu exportul. Prin urmare, este necesar să luați în considerare – dacă întreprinderea are o rezervă de majorare a potențialului de producere fără investiții mari de capital, care ar fi, eventual, investițiile necesare pentru a crește capacitatea întreprinderii și care este sistemul de management al calității în întreprindere.

6) Evaluarea ofertei – oferta întreprinderii trebuie să fie clar definită, iar competitivitatea acesteia trebuie evaluată pentru a putea răspunde la așa întrebări, ca – partenerii străini au manifestat deja interes pentru produsul dvs.? concurenții dvs. exportă deja produse similare? Prin ce anume este mai bună oferta dvs. de cea a concurenților? Este necesar ca produsul dvs. să fie cumva modificat pentru a deveni mai atractiv la export? Este bine gândită strategia de stabilire a prețurilor? Cum vor afecta costurile de transport prețul produsului? Cum va fi afectat termenul de valabilitate al produsului de către transportarea lui? Care sunt costurile ambalării și cât de complexă va fi adaptarea acesteia la piața externă? Ce documentație sau certificare va fi necesară pentru export? Va necesita produsul dvs. o asistență post-vânzare pe piața UE?

² https://ec.europa.eu/growth/single-market_ro

7) Pregătirea materialelor de marketing – este indicat să evaluați dacă materialele de marketing și promovare actuale sunt potrivite pentru dezvoltarea exporturilor sau cum pot fi acestea îmbunătățite pentru a deveni mai atractive pentru piața UE. Tot aici trebuie de precizat dacă întreprinderea are o identitate vizuală uniformă, dacă poate oferi profilul întreprinderii sau prezentări ale întreprinderii în limba engleză pentru piața-țintă, sau dacă dispune de un website în limba engleză și/sau în limba țării-țintă.

În cazul exportului de servicii, mai este indicat de a răspunde la câteva întrebări esențiale:

- de ce serviciile dvs. sunt speciale/unice și cum vor putea concura pe piața UE?
- ce permisiuni sunt necesare pentru furnizarea serviciilor dvs. pe piața-țintă?
- cum trebuie să vă adaptați serviciile la piața externă pentru a putea depăși barierele lingvistice și culturale?

Atunci când factorii de mai sus sunt evaluați temeinic, întreprinderea dvs. va putea să înțeleagă punctele forte și problemele care trebuie abordate pentru a fi mai bine pregătită să exporte pe piața Uniunii Europene.

RECOMANDĂRI PENTRU FORTIFICAREA POTENȚIALULUI



Luați aminte că lansarea exporturilor este un proces pe termen lung, care va necesita atât resurse de timp, cât și bani.



Evaluați strategic nevoia de exporturi în compania dvs.



Atunci când vă pregătiți pentru export, luați în considerare atât factorii externi, cât și cei interni care pot perturba succesul exportului companiei.



Fiți autocritici în evaluarea companiei dvs. și a ofertei de export.



Evaluați cât de multe fonduri ale companiei sunt disponibile pentru a începe o operațiune de export.



Recunoașteți dacă aveți angajați care vor fi implicați în atragerea și întreținerea clienților la export.



Evaluați critic punctele forte și punctele slabe ale produsului sau serviciului dvs., precum și calitatea materialelor dvs. de marketing.



Consultați exportatorii din sector și experții specializați în studii de piață.



Utilizați serviciile instituțiilor locale orientate în dezvoltarea exportului, a donatorilor străini și a experților din sector pentru a înțelege competitivitatea ofertei dvs.

Pasul nr. 2 Elaborarea strategiei și a planului de export



- ✔ În cazul în care întreprinderea a evaluat capacitatea de export și a decis să înceapă exportul, este necesar să se elaboreze o strategie de export și, pe această bază, să se elaboreze un plan de export.
- ✔ Elaborarea strategiei de export a întreprinderii se bazează pe obiectivele de export, astfel că e important să ne amintim motivele pentru care întreprinderea a decis să se extindă pe piețele străine.
- ✔ Echipa întreprinderii trebuie să fie implicată în elaborarea și aplicarea Strategiei. Strategia trebuie să fie înțeleasă de către angajații întreprinderii, implicați în mod direct în punerea sa în aplicare - specialiști în marketing, tehnologi, contabili etc.
- ✔ Unele dintre informațiile necesare nu vor fi disponibile imediat întreprinderii, dar pot fi obținute de către aceasta prin lansarea pe piața-țintă.
- ✔ Planul de export este un semnal că decizia de export este acceptată!

Procesul de dezvoltare a strategiei va identifica **problemele care trebuie abordate** în cadrul întreprinderii dvs. Totodată, devin evidente informațiile necesare despre mediul extern. Strategia de export este similară unui plan de afaceri, dar se concentrează pe **abordarea piețelor externe**. Cu cât este mai concret planul de export, cu atât mai mari vor fi beneficiile practice pe care le va aduce acesta întreprinderii.

Întreprinderea dvs. trebuie să poată stabili o strategie de export pentru o perioadă **de cel puțin 3 ani**, însă un plan de export trebuie planificat **pentru fiecare an**. Strategia ar trebui revizuită, evaluată și completată, în mod regulat, cu informațiile și cunoștințele acumulate prin punerea în aplicare a planului de export. La revizuirea strategiei de export

trebuie să se țină cont de situația economică atât pe piața locală, cât și pe cea de export.

Strategia și planificarea exportului trebuie să se facă nu numai pentru întreprinderile mari, dar și pentru **întreprinderile mici și mijlocii (IMM)**, dacă exporturile reprezintă un factor important în dezvoltarea întreprinderii.

Experiența³ a demonstrat că acele companii care au elaborat un plan de export au ținut mai clar viziunea întreprinderii privind dezvoltarea exportului. Rețineți că strategia de export trebuie adaptată la dimensiunea, capacitățile și nevoile fiecărei companii și că ea trebuie construită treptat, deoarece nu toate răspunsurile vor fi imediat cunoscute.



³ <http://gatewaypartners.net/industries/>

...



Guvernul Republicii Moldova
**Ministerul Economiei și
Infrastructurii**

Ministerul Economiei și Infrastructurii

str. Piața Marii Adunări Naționale, 1MD-2033, mun. Chișinău,
e-mail: mineconcom@mei.gov.md
Tel: (+373 22) 250 - 535
Comerțul cu țările UE: (+373 22) 250-623, 250-637, 250-554
www.mei.gov.md



**Moldovan
Investment Agency**

Agenția de Investiții din Republica Moldova

bd. Ștefan cel Mare și Sfânt nr. 134, et. 3 (sediul Poșta Moldovei)
Chișinău, Republica Moldova, MD-2012
Tel: +373 22 27 36 54
Fax: +373 22 22 43 10
www.invest.gov.md



ORGANIZAȚIA PENTRU DEZVOLTAREA SECTORULUI
ÎNȚREPRINDERILOR MICI ȘI MIJLOCII

Organizația pentru Dezvoltarea Sectorului ÎMM

bd. Ștefan cel Mare și Sfânt nr. 134, et. 3 (sediul Poșta Moldovei)
Chișinău, Republica Moldova, MD-2012
Tel: + 373 (22) 29 57 41
Fax: + 373 (22) 29 57 97
e-mail: office@odimm.md
www.odimm.md

Pentru mai multe informații:

Proiectul “Vizibilitate și Comunicare pentru AA/DCFTA”
Piața Marii Adunări Naționale, nr. 1, oficiul 224,
MD-2033 Chișinău, Republica Moldova
Tel.: (+373) 22 250 633
e-mail: dcfta.moldova@weglobal.org

Informații pentru IMM-uri în domenii precum accesul la finanțare, instruire de calitate și domenii cum ar fi exportul și importul din UE:

EU4Business
www.eu4business.eu/mo/moldova

Informații utile despre UE:

Delegația Uniunii Europene în Republica Moldova
Str. Kogălniceanu nr. 12
MD 2001 Chișinău, Republica Moldova
Tel: (+373 22) 505210 Fax: (+373 22) 272622

Delegation-Moldova@eeas.europa.eu
https://eeas.europa.eu/delegations/moldova_en

Informații specifice sectoarelor economice și produselor privind tarifele, cerințele de producere, acorduri preferențiale, cotele și statisticile pentru exportul către statele membre ale UE:

Trade Help Desk (Biroul de asistență pentru comerț)
<http://trade.ec.europa.eu/tradehelp/>

Proiect finanțat de Uniunea Europeană “Vizibilitate și comunicare pentru acțiunile referitoare la implementarea Acordului de Asociere/Zona de Liber Schimb Aprofundat și Cuprinzător (AA/DCFTA) în cadrul programelor de asistență finanțate de Uniunea Europeană”.



EU4Business



Guvernul Republicii Moldova
**Ministerul Economiei și
Infrastructurii**

2018

Conținutul acestui material este responsabilitatea exclusivă a autorilor și nu poate fi atribuit Uniunii Europene