

STRATEGIA NAȚIONALĂ DE EXPORT

Strategia Națională de Export (SNE) a fost aprobată de guvern și urmează să fie implementată până în 2009. Realizată în parteneriat public-privat de circa 400 de specialiști, după o perioadă de dezbateri publice și după o prioritizare a sectoarelor în ciuda intereselor divergente, SNE formulează obiective concrete, măsurabile, care vor putea fi monitorizate.

Specialiștii au elaborat 23 strategii de dezvoltare, 16 pentru diferite sectoare economice, cu cel mai mare potențial de export – textile, mobilă, vin, IT, sticlărie și ceramică, chimie și petrochimie, metalurgie, construcții de mașini, servicii de afaceri, agroturism, produse ecologice, turism balnear, componente auto, artizanat, electrotehnică, cultură și 7 strategii inter-sectoriale – pentru promovarea comerțului, informații în comerț, finanțare, branding, managementul calității, cercetare-dezvoltare. Rezultatele SNE vor fi monitorizate din patru perspective: de dezvoltare, perspectiva clientului, a competitivității și instituțională.

Patru domenii – textile, IT, mobilă și vin – vor beneficia de proiecte de branding sectorial, ceea ce presupune crearea unei identități românești pe piața internațională. Aplicarea SNE, susține Ministrul Iulius Winkler, va atrage în 2006 o creștere a exporturilor cu peste 15 %. Deși în ultimii ani schimburile economice au înregistrat creșteri constante, în România comerțul exterior pe cap de locuitor rămâne sensibil mai mic decât al vecinilor, de 6 ori mai mic decât în Cehia, de 5,5 ori mai mic decât în Ungaria, de 4,2 ori mai mic decât în Slovacia, de 2 ori mai mic decât în Polonia și de 1,5 ori mai mic decât în Bulgaria. (Adevărul)