



Finanțat de  
Uniunea Europeană



# BULETIN INFORMATIV 7

Parteneriat multi-dimensional  
pentru dezvoltarea economică  
durabilă incluzivă în comuna  
Cărpineni



UE-Moldova:

Împreună mai puternici





Finanțat de  
Uniunea Europeană

# Parteneriat multi-dimensional pentru dezvoltarea economică durabilă incluzivă în comuna Cărpineni



UE-Moldova:

Împreună mai puternici





## Cuprins

1. Proiectul „Parteneriat Multi-Dimensional pentru Dezvoltare economică durabilă incluzivă în comuna Cărpineni” – lansarea Centrului de Consultanță în Afaceri.....	1
2. Despre antreprenoriat: Marketingul în Social Media: De la Început la Succes .....	3
3. Oportunități de finanțare pentru afaceri.....	6
4. Oportunități de finanțare pentru societatea civilă .....	10
5. Comerțul internațional cu mărfuri al Republicii Moldova în luna iulie 2023 și în ianuarie-iulie 2023 .....	10
6. Exemple de idei de afaceri din Republica Moldova.....	15





Finanțat de  
Uniunea Europeană

## 1. Proiectul „Parteneriat Multi-Dimensional pentru Dezvoltare economică durabilă incluzivă în comuna Cărpineni” – lansarea Centrului de Consultanță în Afaceri

Centrul de Consultanță în Afaceri a fost deschis oficial la data de 24 iulie 2023.

La eveniment au participat: Ambasadorul Uniunii Europene în Republica Moldova Janis Mazeiks, managerul de proiect în cadrul Delegației Uniunii Europene în Republica Moldova Aurica Butnari, primarul comunei Cărpineni, Ion Cărpineanu, managerul de proiect Veronica Li-Șui-Cean, Reprezentantul Guvernului Republicii Moldova, Veaceslav Ursu, primari și reprezentanți ai primăriilor vecine, reprezentanți ai Primăriei Cărpineni și ai Asociației Cutezătorul, antreprenori din comuna Cărpineni și din Grupul de Acțiune Locală Poiana Căprioarelor, reprezentanți ai mass-media din Republica Moldova.



Centrul funcționează în clădirea reabilitată în cadrul proiectului „Parteneriat Multi-Dimensional pentru Dezvoltare economică durabilă incluzivă în comuna Cărpineni” și dispune de sălile și echipamentele necesare pentru desfășurarea activității.



În cadrul evenimentului de deschidere au fost prezentate atât proiectul în implementare, cât și alte proiecte implementate de către primăria Cărpineni cu suportul financiar al Uniunii Europene.

De asemenea, în cadrul discuțiilor de la conferința de lansare antreprenorii au prezentat problemele și provocările cu care se confruntă.



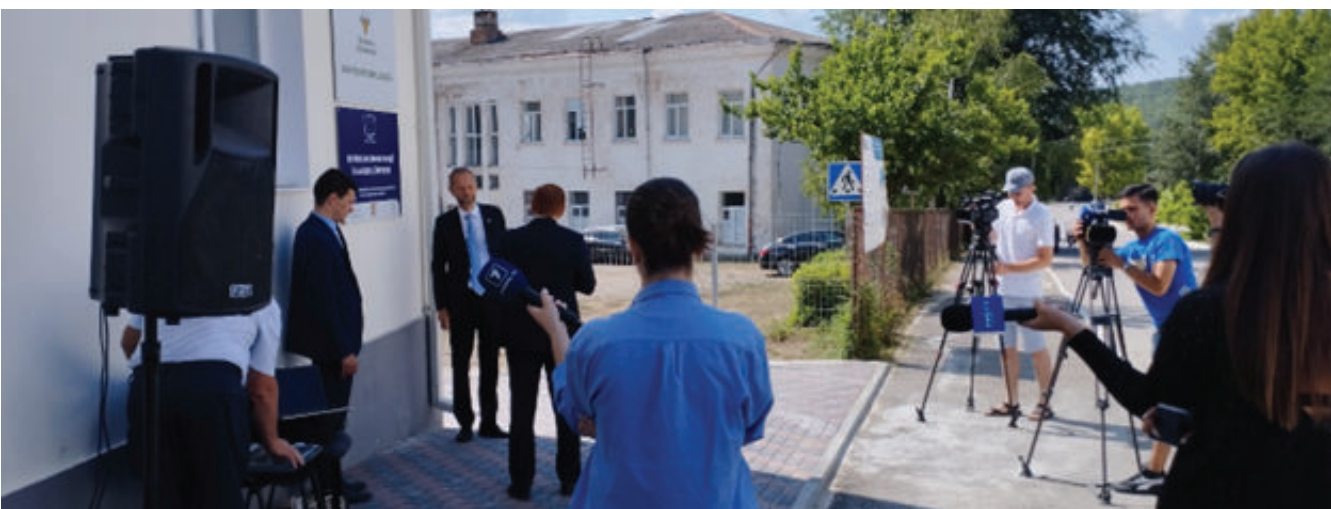


Finanțat de  
Uniunea Europeană



Excelența sa Janis Mazeiks, ambasadorul UE în Republica Moldova a remarcat: „Acest centru este necesar pentru ei (n.n. oamenii de afaceri) pentru că aici vor beneficia de consultații pe diferite domenii: contabilitate, juridic, etc.

Astăzi, în discuții cu antreprenorii am aflat că ei se confruntă cu mai multe provocări și sperăm că vor putea să le soluționeze cu ajutorul acestui centru”.





## 2. Despre antreprenoriat: Marketingul în Social Media: De la Început la Succes

Marketingul în social media a devenit un instrument esențial pentru orice afacere în era digitală. Cu miliarde de utilizatori pe platforme precum Facebook, Instagram, Twitter și LinkedIn, social media oferă o oportunitate imensă de a ajunge la publicul țintă și de a dezvolta relații cu clienții.

Cu toate acestea, pentru a avea succes în marketingul în social media, este necesar să urmați câteva etape cheie și să fiți atenți la aspectele esențiale. Acest articol explorează aceste aspecte pentru a vă ajuta să vă dezvoltați o strategie eficientă în social media.

### 1. Începerea activității de marketing în social media

#### Definirea obiectivelor

Primul pas în marketingul în social media este să vă definiți obiectivele.

Ce doriți să realizați?

Creșterea numărului de urmăritori?

Creșterea vânzărilor?

Consolidarea notorietății mărcii?

Clarificarea obiectivelor vă va ajuta să vă concentrați eforturile și să măsurați succesul în funcție de acestea.

#### Identificarea publicului țintă

Înainte de a vă lansa în campaniile de marketing, este esențial să înțelegeți publicul dvs. țintă. Cine sunt acești oameni? Ce interese au? Care sunt obiceiurile lor online? Aceste informații vă vor ajuta să creați conținut relevant și să vă adresați corect audienței.

### 2. Etapele marketingului în social media

#### Crearea unui plan de conținut

Planificarea este cheia succesului în marketingul în social media. Dezvoltați un calendar de conținut care să includă postări regulate și variate.

Asigurați-vă că conținutul este adaptat platformei pe care intenționați să-l distribuiți, deoarece fiecare platformă are propriile sale caracteristici și preferințe ale utilizatorilor.

#### Crearea și distribuirea conținutului

O parte crucială a marketingului în social media este crearea și distribuirea conținutului de calitate. Acest conținut poate include postări pe blog, imagini, videoclipuri, infografice și altele.

Asigurați-vă că conținutul dvs. răspunde nevoilor și intereselor publicului dvs. țintă.

#### Interacțiunea cu publicul

Social media este o platformă de comunicare bidirecțională. Nu este suficient să postați conținut - trebuie să interacționați și să angajați cu urmăritorii dvs.

Răspundeți la comentarii, întrebări și mesaje directe. Construiți relații cu publicul dvs. pentru a câștiga încrederea și loialitatea acestora.



## Măsurarea și analizarea rezultatelor

Pentru a evalua eficacitatea strategiei dvs. de marketing în social media, trebuie să monitorizați și să măsurați rezultatele.

Utilizați instrumente de analiză pentru a urmări performanța postărilor dvs., angajamentul publicului și creșterea urmărilor. Acest lucru vă va ajuta să faceți ajustări și să vă îmbunătățiți strategia pe parcurs.

### 3. La ce trebuie să fiți atenți

#### Coerența mărcii

Asigurați-vă că mesajul și aspectul dvs. sunt consecvente pe toate platformele de social media. Coerența mărcii vă ajută să construiți o imagine puternică și recunoașterea brandului.

#### Respectarea regulilor și eticii

Fiecare platformă de social media are propriile reguli și linii directoare, iar nerespectarea acestora poate duce la suspendarea sau restricționarea contului dvs. Asigurați-vă că sunteți conștienți de reguli și că respectați etica în toate interacțiunile dvs. online.

#### Adaptabilitatea

Lumea social media este în continuă schimbare, iar tendințele se pot modifica rapid.

Fiți pregătiți să vă adaptați strategia în funcție de evoluțiile din domeniu și de schimbările în comportamentul utilizatorilor.

## Evaluarea concurenței

Urmărirea și analiza activității concurenților dvs. în social media vă poate oferi idei valoroase. Aflați ce funcționează pentru ei și ce nu și adaptați-vă strategia în consecință.

Marketingul în social media poate fi o unealtă puternică pentru afacerea dvs., dar este esențial să parcurgeți etapele corecte și să acordați atenție aspectelor cheie. Cu planificare, conținut de calitate și interacțiune cu publicul, puteți construi o prezență puternică în social media și să vă atingeți obiectivele de afaceri.

Cu adaptabilitate și analiză constantă, veți rămâne în pas cu schimbările și veți prospera în mediul digital, care este în continuă schimbare.

Iată câteva lucruri la care trebuie să atrageți atenția atunci când intenționați să vă promovați afacerea în rețelele sociale.

#### Promovarea afacerii pe Facebook

Facebook este una dintre cele mai populare platforme de social media, iar promovarea afacerii pe această rețea necesită atenție la detalii. Antreprenorii ar trebui să fie atenți la:

- Segmentarea corectă a publicului: Facebook oferă o gamă largă de opțiuni pentru segmentarea publicului. Asigurați-vă că alegeți cu atenție caracteristicile demografice și interesele pentru a ajunge la o audiență relevantă.

- Utilizarea conținutului vizual de calitate: Imaginile și videoclipurile de înaltă calitate sunt esențiale pe Facebook. Investiți în



conținut atractiv pentru a captiva atenția utilizatorilor.

- Răspunsul la comentarii și mesaje: Fiți receptivi la comentariile și mesajele primite. Un răspuns prompt și amabil construiește încredere și implicare.

### **Promovarea afacerii pe Instagram**

Instagram este o platformă vizuală și populară pentru marketingul vizual. Aici, antreprenorii trebuie să fie atenți la:

- Estetica feed-ului: Asigurați-vă că imaginile și videoclipurile pe care le partajați se potrivesc cu estetica generală a feed-ului dvs. O prezentare coerentă atrage mai mulți urmăritori.

- Utilizarea hashtag-urilor: Hashtag-urile pot ajuta la creșterea vizibilității. Folosiți cu grijă hashtag-urile relevante pentru industria dvs.

- Stories și Live video: Interacționați cu urmăritorii prin intermediul poveștilor și a videoclipurilor live. Acestea oferă oamenilor o senzație mai autentică a afacerii dvs.

### **Promovarea afacerii pe Twitter**

Twitter se concentrează pe comunicarea rapidă și concisă. Pentru a promova cu succes afacerea aici, antreprenorii ar trebui să fie atenți la:

- Utilizarea de tweet-uri relevante și actuale: Stai la curent cu evenimentele actuale și folosește-le pentru a vă promova afacerea. Tweet-uri relevante pot atrage atenția și vă pot aduce mai mulți urmăritori.

- Interacțiunea cu comunitatea: Răspundeți la comentarii, retweet-uri și menționări. Construiți relații cu alte afaceri și influenceri în domeniul dvs.

- Planificarea conținutului: Twitter se mișcă rapid, așa că planificați-vă conținutul pentru a vă asigura că sunteți activi și constanți.

### **Promovarea afacerii pe LinkedIn**

LinkedIn este o platformă orientată către profesioniști și conexiuni de afaceri. Câteva aspecte la care ar trebui să fie atenți antreprenorii sunt:

- Profilul de companie complet: Asigurați-vă că profilul de companie este complet și profesionist. Includeți informații relevante despre afacerea dvs.

- Publicarea conținutului B2B: LinkedIn este ideal pentru conținutul orientat către afaceri. Partajați studii de caz, articole de expertiză și actualizări legate de industrie.

- Extinderea rețelei de conexiuni: Conectați-vă cu alți profesioniști și companii relevante din industria dvs. pentru a extinde rețeaua de afaceri.

### **Promovarea afacerii în Viber, WhatsApp și Telegram**

Aceste platforme de mesagerie au potențial pentru promovarea afacerii. Câteva aspecte importante sunt:

- Respectarea confidențialității: Pe WhatsApp și Telegram, respectați confidențialitatea clienților și evitați spam-ul.



- Conținut interactiv: Folosiți funcții precum sondaje, chat-uri și mesaje personalizate pentru a implica clienții în moduri interactive.

- Asistență și suport clienți: Utilizați aceste platforme pentru a oferi suport și asistență clienților. Fiți prompt și util în răspunsurile dvs.

În concluzie, promovarea afacerii pe diverse platforme de social media și aplicații de mesagerie implică atenție la detalii și adaptabilitate la cerințele specifice ale fiecărei platforme.

Prin respectarea regulilor, comunicarea eficientă și oferirea de conținut relevant, antreprenorii pot construi o prezență puternică și eficientă în mediul online, contribuind astfel la succesul afacerii lor.

### 3. Oportunități de finanțare pentru afaceri

#### OPORTUNITĂȚI PENTRU ÎNTRINDERILE MICI ȘI MIJLOCII, FINANȚATE DE UNIUNEA EUROPEANĂ

##### 1. Access2markets

Access2Markets vă permite să obțineți informațiile de care aveți nevoie atunci când faceți comerț cu țări terțe, cum ar fi cele referitoare la tarife, taxe, proceduri, formalități și cerințe, reguli de origine, măsuri de export, statistici, bariere comerciale și multe altele.

De asemenea, vă permite să accesați informații esențiale necesare pentru comerțul cu servicii, precum și pentru investiții și achiziții publice în țările terțe.

De asemenea, puteți afla informații despre acordurile comerciale ale UE, cum să beneficiați de ele și puteți citi povești despre companii de succes care le utilizează. Access2Markets este aici pentru a vă ajuta pe dumneavoastră și afacerea dumneavoastră pentru import și export.

Mai multe detalii:

<https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/home>

**2. EU4Business: Connecting Companies (EU4BCC)** este un program gestionat de EUROCHAMBRES și finanțat în cadrul inițiativei EU4Business a Uniunii Europene.

EU4BCC urmărește să aprofundeze și să consolideze relațiile dintre Uniunea Europeană și țările Parteneriatului estic (Parteneriatul estic), sprijinind IMM-urile să se dezvolte prin încurajarea legăturilor de afaceri.

##### Scopurile programului:

- să încurajeze continuarea colaborării, să sporească comerțul internațional și să sprijine internaționalizarea IMM-urilor membre;
- să contribuie la armonizarea piețelor digitale în cadrul Parteneriatului estic și al UE.



- să sporească recunoașterea din partea autorităților de reglementare și a investitorilor;
- să aibă un impact asupra ecosistemului pentru a accelera adoptarea tehnologică
- să contribuie la promovarea TIC ca mijloc eficient de gestionare a unor întreprinderi de succes în zonele rurale și la egalitatea de gen în ceea ce privește gestionarea unei întreprinderi bazate pe TIC.

Pe baza unei analize a obiectivelor de dezvoltare și a provocărilor comune ale OSB participante și ale IMM-urilor acestora, proiectele vor furniza servicii adaptate la nevoile lor specifice, pe baza celor mai bune practici ale IMM-urilor digitale.

Mai multe detalii:

<https://www.digitalsme.eu/projects/eu4business-connecting-companies/>

### 3. Consultanță pentru întreprinderile mici din Moldova, implementată de BERD

BERD pune în legătură antreprenorii clienți cu consultanți locali și consilieri internaționali care pot contribui la transformarea unei game uriașe de întreprinderi. De la cele mai mici întreprinderi care doresc să se dezvolte până la cele care se extind la nivel mondial, rețeaua BERD de experți, formată din întreprinzători, experți în analiză și consilieri, îi ajută pe clienți să facă un pas înainte și să înceapă să gândească la scară mare.

BERD sprijină întreprinderi din numeroase sectoare, cum ar fi cel alimentar și al băuturilor, distribuția cu ridicata și cu amănuntul, construcțiile și ingineria. Aproximativ 31% dintre proiectele

proiectele susținute sunt în afara Chișinăului.

Fie că este vorba despre un nou site web, un sistem de management al calității, o strategie de marketing sau chiar o structură de guvernare complet nouă, BERD lucrează cu antreprenorii. pentru a defini cel mai bun proiect care să se potrivească nevoilor acestora.

Mai multe detalii:

<https://www.ebrd.com/work-with-us/advice-for-small-businesses/moldova.html>

### 4. Împrumuturi pentru afaceri

Uniunea Europeană oferă împrumuturi speciale în cadrul Inițiativei EU4Business prin intermediul băncilor locale partenere din Republica Moldova, în valoare de până la 5 mln EUR.

- BC "Banca Comercială Română" SA
- BC "Comerțbank" SA
- BC "Energbank" SA
- BC "Mobiasbancă - OTP GROUP" SA
- BC "Procredit Bank" SA
- BC "Victoriabank" SA
- BC "Moldindconbank" SA
- BC "Moldovagriondbank" SA
- BC "EXIMBANK" SA
- BT Leasing MD

În plus, BERD acordă împrumuturi cu sprijinul UE.

Facilitatea de finanțare directă a IMM-urilor DCFTA - Cine poate aplica: IMM-uri și companii mari.





Subvențiile de stimulare sunt disponibile ca o completare a finanțării BERD și pot sponsoriza până la 25 % din costul tehnologiei specifice. Subvențiile sunt plafonate la 500.000 USD pentru companie și sunt plătibile după instalarea și punerea în funcțiune a tehnologiilor climatice eligibile.

Mai multe detalii:

<https://ebrdgeff.com/moldova/ro/the-facility/>

<https://eu4business.md/en/access-to-finance/>

## PROIECTE BILATERALE - GESTIONATE DE DELEGAȚIA UE

**1. ODA Grant** – 7 programe susținute financiar de către Uniunea Europeană.

<https://www.oda.md/ro/>

**2. Valorificarea potențialului organizațiilor societății civile pentru promovarea și dezvoltarea antreprenoriatului social în Moldova**, implementat de Fundația Est-Europeană.

Proiectul urmărește să stimuleze OSC din Moldova să se angajeze în crearea de întreprinderi sociale, care vor contribui la creșterea economică durabilă a comunităților.

Cu sprijinul proiectului, OSC-urile vor împuternici persoanele dezavantajate să fie incluse social și economic pe piața muncii și va fi creat un ecosistem favorabil pentru dezvoltarea întreprinderilor sociale.

Vor fi create 4 hub-uri de afaceri pentru susținerea antreprenoriatului social, se preconizează acordarea de granturi pentru crearea și dezvoltarea de întreprinderi

de întreprinderi sociale.

Data de încheiere 31.12.2025

## 3. Startup City Cahul, implementat de SIDA

Dacă sunteți interesați de subiecte STEM și inovație sau doriți să creați un start-up în sectorul inovativ și să vă pregătiți pentru investiții, programul Startup City Cahul cu o componentă de granturi poate fi potrivit pentru dumneavoastră.

În cadrul finanțării nerambursabile, 1 milion de euro este alocat pentru a sprijini IMM-urile locale din Cahul. 20 de startup-uri locale și 15 inițiative non-IT vor beneficia de asistență și sprijin.

Valoarea totală a sprijinului este de 1 milion de euro.

- 20 de startup-uri locale vor beneficia de asistență și sprijin;

- 15 inițiative non-IT vor fi sprijinite;

**Valabil până la 24.06.2024.**

Bugetul total al granturilor este de 1 milion EUR.

<http://startupcitycahul.md/en/>

## 4. Abilitarea economică incluzivă a regiunilor cheie din Republica Moldova

Programul ajută IMM-urile locale existente, start-up-urile, asociațiile de afaceri și GAL-urile prin stimularea investițiilor private, îmbunătățirea economiei și crearea de oportunități de angajare pentru bărbați și femei în zona "microregiunii" din Ungheni și Cahul.



Eligibilitate:

- IMM-urile existente din Ungheni și Cahul;
- Start-up-uri, create în special de femei și tineri;
- inițiative de antreprenoriat social;
- Asociații și grupuri de afaceri locale;
- Grupuri de acțiune locală.

Valoarea sprijinului:

- 2 Grupuri de Acțiune Locală vor acorda granturi în valoare totală de 100.000 de euro și vor sprijini în continuare inițiativele de dezvoltare rurală și de creare de locuri de muncă în regiunile Cahul și Ungheni;
- 30 de companii, inițiative de întreprinderi nou înființate și întreprinderi existente vor beneficia de granturi în valoare de până la 600 000 EUR pentru a-și extinde afacerile, a crea noi locuri de muncă și a spori atractivitatea regiunilor cheie pentru noi investiții;
- 8 grupuri de antreprenoriat/clustere vor beneficia de asistență financiară/servicii de 100 000 Euro fiecare pentru modernizarea proceselor și produselor lor;

Valabil până la 31.12.2025.

<https://www.md.undp.org/content/moldova/en/home/projects/eu4moldova-focal-regions.html>

### ALTE FINANȚĂRI PENTRU AFACERI:

#### Programul de sprijin financiar "Tech Clusters powered by MITP"

Moldova Innovation Technology Park (MITP) anunță - Programul "Tech Clusters

powered by MITP". În program se va furniza sprijin financiar pentru a susține dezvoltarea clusterelor IT și Tech.

Sprijinul financiar este acordat de MITP din partea Proiectului Tehnologiile Viitorului, finanțat de USAID și Guvernul Suediei, și UK AID.

Prin acest program MITP acordă finanțare de până la 5.000 USD (fără TVA) per eveniment, cu condiția ca suma totală să nu depășească 10.000 USD (fără TVA) per beneficiar.

Finanțarea poate fi solicitată pentru evenimente diverse, precum conferințe, festivaluri, summituri, sesiuni de instruire și workshopuri cu tematici importante pentru IT și TECH cum ar fi MedTech, CyberSecurity, FinTech, IoT, Web3.0, AI, Blockchain, și altele. Această oportunitate este extinsă nu doar rezidenților MITP, ci și altor actori cheie din industria IT/Tech care aduc contribuții semnificative la dezvoltarea ecosistemului.

Perioada de transmitere a aplicațiilor este: septembrie 2023 și 1 martie 2024 pentru evenimentele planificate în intervalul septembrie 2023 - 31 martie 2024.

Detalii suplimentare despre procesul de aplicare pot fi găsite în Regulamentul concursului, iar cererea de solicitare poate fi accesată pe site.

**Persoana de contact:** Ecaterina Curmaeva, Coordinator de Proiecte Comunitare, email: [ecaterina.curmaeva@mitp.md](mailto:ecaterina.curmaeva@mitp.md).

Mai multe informații:  
<https://mitp.md/p/web/ipReadNews/PUB230920000000356>



## 4. Oportunități de finanțare pentru societatea civilă

### Interreg NEXT România-Republica Moldova

Autoritatea de Management a Programului Interreg NEXT România-Republica Moldova lansează apelul pentru proiecte cu valoare mică.

Bugetul alocat acestui apel însumează 19,4 milioane euro, iar termenul limită pentru depunerea cererilor de finanțare este 15 ianuarie 2024.

Apelul de proiecte vizează toate cele 3 priorități ale programului de cooperare și va finanța proiecte în următoarele domenii: schimbări climatice și prevenirea riscurilor, biodiversitate, educație, sănătate și bună guvernare.

Valoarea nerambursabilă a unui proiect poate fi cuprinsă între 200.000-500.000 euro.

Mai multe detalii:  
<https://ro-md.net/ro/noutati-2021-2027/apelul-pentru-proiecte-mici-este-deschis>

## 5. Comerțul internațional cu mărfuri al Republicii Moldova în luna iulie 2023 și în ianuarie-iulie 2023

**Biroul Național de Statistică** informează că în **ianuarie-iulie 2023 exporturile de mărfuri** au totalizat 2346,5 mil. dolari SUA, iar **importurile de mărfuri au însumat de 5010,8 mil. dolari SUA.**

Comparativ cu perioada similară din anul 2022 **exporturile s-au diminuat cu 10,8%, iar importurile - cu 2,0%.**

**Deficitul balanței comerciale** în ianuarie-iulie 2023 a fost de 2664,3 mil. dolari SUA, cu **182,3 mil. dolari SUA (+7,3%) mai mare**, decât cel înregistrat în perioada corespunzătoare din anul 2022.

**Exporturile de mărfuri realizate în luna iulie 2023** au avut o valoare de 304,2 milioane dolari SUA, cu 3,9% mai puțin, în raport cu luna iunie 2023 și cu 10,1% - comparativ cu luna iulie 2022.

**În ianuarie-iulie 2023 exporturile de mărfuri au însumat 2346,5 milioane dolari SUA**, valoare mai mică cu 10,8%, comparativ cu cea înregistrată în perioada corespunzătoare din anul 2022.

**Exporturile de mărfuri autohtone în ianuarie-iulie 2023** au constituit 1582,6 milioane dolari SUA (67,4% din total exporturi), fiind în scădere cu 17,1% față de perioada similară din anul 2022, care a influențat micșorarea valorii totale a exporturilor cu 12,4%.

**Reexporturile de mărfuri străine (după prelucrare și clasice)** în ianuarie-iulie 2023 s-au cifrat la 763,9 milioane dolari SUA (32,6% din total exporturi), sau cu 6,0% mai mult comparativ cu aceeași perioadă din anul 2022. Această creștere a contribuit la majorarea pe total exporturi cu 1,6%.



**Reexporturile de mărfuri după prelucrare** (inclusiv îmbrăcăminte, încălțăminte și părți de încălțăminte, seturi de fișe pentru bujiile de aprindere și alte seturi utilizate în mijloacele de transport, cabluri coaxiale, conductoare și transformatoare electrice, genți, articole de buzunar din piele și din materiale textile, nuci comune decojite, scaune, părți de scaune, jucării, volane, coloane și cutii de direcție pentru autovehicule) **au deținut 14,1% în total exporturi**, iar **reexporturile clasice de mărfuri**, care nu au suferit transformări esențiale (motorină, benzină auto, autoturisme, nuci comune decojite, medicamente, ulei de floarea soarelui, semințe de floarea soarelui, articole de transport sau de ambalare din materiale plastice și din lemn, țigarete care conțin tutun, votcă, whisky, lichioruri, distilate de vin sau de tescovină de struguri, parfumuri, ape de toaletă, produse pentru înfrumusețare, genți de voiaj, truse de toaleta, rucsacuri și genți sportive, ceasuri de mână și alte ceasuri, porumb) – **18,5%**.

**Mijloacele de transport rutier** în ianuarie-iulie 2023 **rămân a fi cel mai des utilizate pentru exporturile de mărfuri** (81,7% din total exporturi), după care urmează transportul maritim (13,2%), transportul feroviar (2,9%), transportul aerian (1,1%), instalații fixe de transport (1,0%), autopropulsie (0,1%).

**Exporturile de mărfuri destinate țărilor Uniunii Europene** (UE-27), în ianuarie-iulie 2023, au totalizat 1460,9 milioane dolari SUA (cu 8,0% mai puțin, comparativ cu perioada corespunzătoare din anul 2022), deținând o pondere de 62,3% în total exporturi, în creștere cu 2,0 puncte procentuale față de ianuarie-iulie 2022.

**Exporturile de mărfuri destinate țărilor CSI**, în ianuarie-iulie 2023, au avut o valoare de 585,3 milioane dolari SUA (cu 68,1 milioane dolari SUA sau cu 13,2% mai mult, în raport cu perioada similară din anul 2022), care echivalează cu o cotă de 24,9% în total exporturi, în creștere cu 5,2 puncte procentuale, comparativ cu ianuarie-iulie 2022.

Această majorare a fost generată, în principal, de sporirea exporturilor de mărfuri în Ucraina (cu 66,9 milioane dolari SUA sau cu 20,3% mai mult, față de ianuarie-iulie 2022).

În ianuarie-iulie 2023 **principalele țări de destinație a exporturilor de mărfuri au fost**: România (32,4% din total exporturi), Ucraina (16,9%, în creștere accentuată - cu 4,4 puncte procentuale față de ianuarie-iulie 2022), Italia (7,0%), Germania (5,3%), Federația Rusă și Cehia (câte 3,9%), Turcia (3,7%), Polonia (2,8%), Belarus (2,3%), Spania (1,8%), Bulgaria (1,5%), Statele Unite ale Americii (1,3%), Ungaria (1,2%), Franța, Regatul Țărilor de Jos (Netherlands), Liban și Kazahstan (câte 1,1%), Regatul Unit al Marii Britanii și Irlandei de Nord (1,0%), Grecia și Cipru (câte 0,9%) și Elveția (0,8%), cărora le-au revenit 92,0 % din total exporturi.

Analiza **evoluției exporturilor pe țări în ianuarie-iulie 2023**, comparativ cu aceeași perioadă din anul 2022 relevă reducerea livrărilor de mărfuri în Turcia(-62,1%), Bulgaria(-71,4%), Italia(-23,8%), Federația Rusă (-31,1%), Elveția (-67,2%), Regatul Țărilor de Jos (Netherlands) (-46,9%), Regatul Unit al Marii Britanii și Irlandei de Nord (-43,5%), Germania (-12,7%), Portugalia (-96,7%), Polonia (-9,1%), Austria (-36,5%), Iordania (-85,9%),

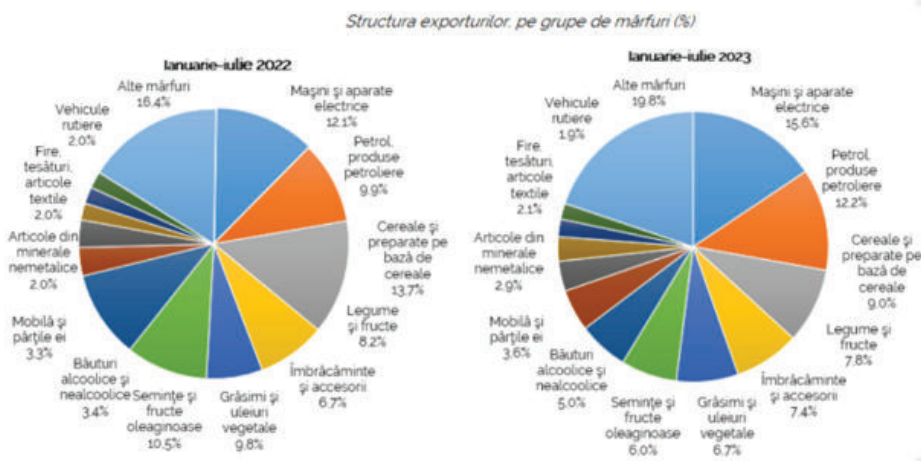




Belgia (-25,6%), Ungaria (-9,3%), Irak (-45,2), care a influențat la micșorarea pe total exporturi cu 17,3%.

În același timp, s-au majorat exporturile de mărfuri în Ucraina (+20,3%), Cehia (+57,9%), Kazahstan (de 3,7 ori), Spania (de 1,7 ori), Belarus (+40,5%), Egipt (de 3,4 ori), România (+1,4%), Cipru (de 1,8 ori), Liban (de 1,6 ori), Statele Unite ale Americii (+28,7%), Emiratele Arabe Unite (de 3,8 ori), Lituania (de 1,8 ori), Kârgâzstan (de 7,2 ori), Croația (de 2,6 ori), atenuând diminuarea pe total exporturi cu 8,4%.

**În structura exporturilor din ianuarie-iulie 2023** (Figura 6 și Anexa 6) ponderi semnificative le-au revenit următoarelor grupe de mărfuri: mașini și aparate electrice și părți ale acestora (15,6%); petrol, produse petroliere și produse înrudite (12,2%); cereale și preparate pe bază de cereale (9,0%); legume și fructe (7,8%); îmbrăcăminte și accesorii (7,4%); grăsimi și uleiuri vegetale fixate, brute, rafinate sau fracționate (6,7%); semințe și fructe oleaginoase (6,0%); băuturi alcoolice și nealcoolice (5,0%); mobilă și părțile ei (3,6%); articole din minerale nemetalice (2,9%); fire, țesături, articole textile și produse conexe (2,1%); vehicule rutiere (1,9%).



Tabel 1. Structura exporturilor pe grupe de mărfuri (imagine preluată, sursa: www.statistica.gov.md)

**Importurile de mărfuri realizate în luna iulie 2023 au constituit 639,1 milioane dolari SUA, cu 3,9% mai puțin,** față de luna iunie 2023 și cu 16,0% - comparativ cu luna iulie 2022.

În ianuarie-iulie 2023 **importurile de mărfuri au însumat 5010,8 milioane dolari SUA,** nivel inferior celui realizat în perioada similară din anul 2022 cu 2,0%.



**Majoritatea importurilor de mărfuri în ianuarie-iulie 2023** continuă a fi realizate cu **mijloacele de transport rutier** (78,1% din total importuri), fiind urmate de instalațiile fixe de transport (7,6%), transportul maritim (7,6%), transportul feroviar (4,1%), transportul aerian (1,8%), autopropulsie (0,7%) și expedieri poștale (0,1%).

**Importurile de mărfuri provenite din țările Uniunii Europene (UE-27)** în ianuarie-iulie 2023 s-au cifrat la 2451,1 milioane dolari SUA (cu 3,7% mai mult, față de aceeași perioadă din anul 2022), deținând o pondere de 48,9% în total importuri, în creștere cu 2,7 puncte procentuale, comparativ cu ianuarie-iulie 2022.

**Importurile de mărfuri provenite din țările CSI** în ianuarie-iulie 2023 au avut o valoare de 972,3 milioane dolari SUA (cu 26,4% mai puțin, decât în perioada corespunzătoare din anul 2022), care echivalează cu o cotă de 19,4% în total importuri, în scădere cu 6,5 puncte procentuale, față de ianuarie-iulie 2022.

În ianuarie-iulie 2023 în **topul țărilor de origine a importurilor de mărfuri s-au regăsit:** România (15,6% din total importuri), Ucraina (12,5%), China (10,9%), Turcia (8,7%), Germania (7,1%), Italia (5,5%), Federația Rusă (4,3%), Polonia (3,5%), Franța (2,5%), India (2,4%), Ungaria (2,2%), Cehia (1,8%), Bulgaria (1,7%), Grecia (1,6%), Spania și Statele Unite ale Americii (câte 1,3%), Austria și Japonia (câte 1,1%), Belarus, Kazahstan, Regatul Țărilor de Jos (Netherlands) și Slovacia (câte 1,0%), Regatul Unit al Marii Britanii și Irlandei de Nord (0,9%), Coreea de Sud și Belgia (câte 0,7%).

**Analiza evoluției importurilor pe țări** în ianuarie-iulie 2023, comparativ cu perioada similară din anul 2022 **relevă diminuarea importurilor provenite din Federația Rusă** (-70,8%), România (-8,1%), India (-17,9%), Belarus (-22,6%), Statele Unite ale Americii (-17,8%), Uzbekistan (-47,8%), Pakistan (-31,8%), Regatul Țărilor de Jos (Netherlands) (-5,7%), care a **influențat la descreșterea pe total importuri cu 12,7%**.

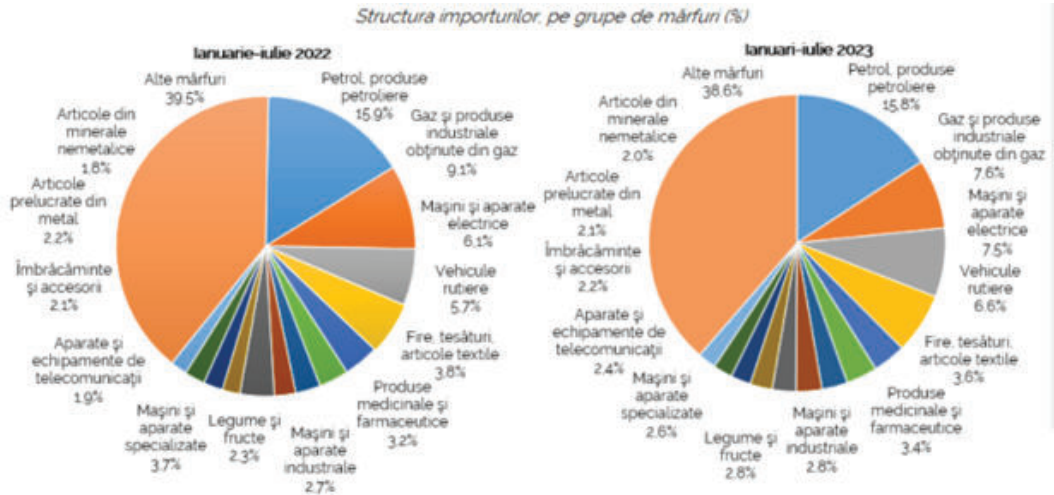
În același timp, **s-au majorat importurile provenite din Ucraina (+30,1%)**, Turcia (+22,9%), China (+10,9%), Grecia (de 2,2 ori), Kazahstan (de 4,1 ori), Germania (+6,0%), Slovacia (de 1,6 ori), Japonia (+37,7%), Italia (+5,2%), Franța (+11,5%), Cehia (+15,4%), Israel (de 1,7 ori), Bulgaria (+13,0%), Ecuador (de 1,6 ori), Egipt (de 2,9 ori), Suedia (+31,6%), Austria (+12,1%), Vietnam (+24,4%), Polonia (+3,3%), Azerbaidjan (de 1,6 ori), Georgia (de 4,2 ori), Spania (+7,6%), Ungaria (+3,9%), Portugalia (+19,1%), Macedonia de Nord (de 2,0 ori), **atenuând micșorarea pe total importuri cu 10,5%**.

**În structura importurilor din ianuarie-iulie 2023** ponderi importante au deținut următoarele grupe de mărfuri: petrol, produse petroliere și produse înrudite (15,8%); gaz și produse industriale obținute din gaz (7,6%); mașini și aparate electrice și părți ale acestora (7,5%); vehicule rutiere (6,6%); fire, țesături, articole textile și produse conexe (3,6%); produse medicinale și farmaceutice (3,4%); mașini și aparate industriale cu aplicații generale, părți și piese detașate ale acestor mașini (2,8%); legume și fructe (2,8%); mașini și aparate specializate pentru industriile specifice (2,6%); aparate și echipamente de telecomunicații și pentru înregistrarea și reproducerea



sunetului și imaginii (2,4%);  
îmbrăcăminte și accesorii (2,2%);  
articole prelucrate din metal (2,1%);  
articole din minerale nemetalice (2,0%).

Tabel 2. Structura importurilor pe grupe de mărfuri (imagine preluată, sursa: [www.statistica.gov.md](http://www.statistica.gov.md))



**Gradul de acoperire a importurilor cu exporturi** în ianuarie-iulie 2023 a fost de 46,8%, în scădere cu 4,6 puncte procentuale, comparativ cu perioada corespunzătoare din anul 2022.

Cu țările CSI **gradul de acoperire a importurilor cu exporturi în ianuarie-iulie 2023** a marcat 60,2%, în creștere cu 21,1 puncte procentuale față de aceeași perioadă din anul 2022.

Cu țările Uniunii Europene (UE-27) **gradul de acoperire a importurilor cu exporturi** în ianuarie-iulie 2023 a constituit 59,6%, micșorându-se cu 7,6 puncte procentuale, în raport cu perioada corespunzătoare din anul 2022.

Mai multe detalii: [www.statistica.gov.md](http://www.statistica.gov.md)

Sursa:

[https://statistica.gov.md/ro/comertul-international-cu-marfuri-al-republicii-moldova-in-luna-iulie-2023-si-in-9539\\_60708.html](https://statistica.gov.md/ro/comertul-international-cu-marfuri-al-republicii-moldova-in-luna-iulie-2023-si-in-9539_60708.html) (Informație preluată)



## 6. Idei de afaceri din Republica Moldova

### 1. FLOARE DE CIREȘ

"Floare de cireș" este o societate SRL cu statut de întreprindere socială, fondată în decembrie 2012 de către Asociația Obștească "Eco-Răzeni" cu suportul Ministerului Federal Austriac al Muncii, Afacerilor Sociale și Protecției Consumatorului (BMASK), Asociației Volkshilfe Solidarität și Wien Work din Austria. Întreprinderea este situată în satul Răzeni, raionul Ialoveni, iar domeniile principale de activitate sunt: prestarea serviciilor de alimentație publică (catering în Chișinău și raionul Ialoveni) și cultivarea legumelor ecologice în seră. Societatea are o cifră de afaceri în anul 2021 de 57950 lei.

**Întreprinderea socială „Floare de cireș”** este un program amplu de formare profesională care antrenează băieți și fete cu dizabilități în sfera alimentației publice. În calitate de angajați, învață să prepare mâncare și să o servească clienților, sau să cultive legume, astfel își dezvoltă încrederea în sine și se pregătesc să devină lideri în familiile și comunitățile lor. Peste 100 de femei și bărbați tineri au fost deja instruiți.

Mai mult decât atât, întreprinderea socială sprijină 26 persoane singuratică în etate și sărace din satul Răzeni, prin livrarea la domiciliu de trei ori pe săptămână a prânzurilor. În perioada 2013-2018, 190 de beneficiari ai cantinei de ajutor social au primit gratuit peste 160 mii de prânzuri.

Întreprinderea socială are angajate la moment 24 de persoane: 14 femei și 10 bărbați, inclusiv nouă tineri cu dizabilități.

Întreprinderea socială are două tipuri de activități economice: servicii de catering și de creștere a legumelor în seră. Întreprindere socială oferă servicii de catering în Chișinău și toate regiunile Moldovei. Întreprindere socială a început activitatea de prestare de servicii de catering, în septembrie 2013 și până în septembrie 2018 a servit aproximativ 2161 de evenimente pentru 274 de clienți care au participat circa 60 mii de persoane. Personalul a deservit aproximativ 47 de evenimente lunar și are capacitatea de a deservi maxim câte 3 evenimente zilnic.

Sursa: <https://www.floaredecires.org/>  
<https://ecorazeni.wordpress.com/antreprenori-at-social/>

Mai multe informații:

[https://www.facebook.com/floaredecirescateri ng/?locale=ro\\_RO](https://www.facebook.com/floaredecirescateri ng/?locale=ro_RO)

<https://www.youtube.com/watch?v=fnlac6tmc hQ>



Fotografie preluată de pe [https://www.facebook.com/photo/?fbid=562773242312360&set=a.562773205645697&locale=ro\\_RO](https://www.facebook.com/photo/?fbid=562773242312360&set=a.562773205645697&locale=ro_RO)

Material elaborat pe baza informației din surse online - site-uri ale instituțiilor, presă și site-uri de informare despre afaceri



## 2. EDUJOC Întreprindere socială de inserție

Victoria Novac este tânăra care a lansat o afacere cu jucării pentru copii. Compania promovează educația prin joacă, iar colecția de jucării pe care o creează le oferă părinților, o alternativă eficientă în lupta contra ecranelor prin dezvoltarea creativității și inteligenței copiilor. Pentru părinții care nu au timp sau nu au cum să ajungă prin magazine după jucării, a creat Carul cu Educație, care livrează jucării educative la orice adresă.

Compania are un număr de 6 angajați permanenți. Afacere socială e prietenoasă cu mediul, se lucrează cu materiale naturale: lemn, placaj, piele, lână, carton, se face upcycling și reciclare. Echipamentele performante le permit să reutilizeze cartonul adus de picii care vin în excursie la fabrică.



## 3. VISTLINE

În anul 2002, Svetlana și Vadim și-au înființat compania Vistline, cu o echipă de aproape 10 oameni. La cinci ani de la fondare, compania Svetlanei și a lui Vadim a crescut până la 52 de angajați. Apoi iar s-a micșorat și a scăzut și numărul de magazine, astfel sunt 35 de oameni angajați.

VISTLINIE S.R.L., este un producător de îmbrăcăminte, înființată la 2002-01-22, care are 10-49 angajați, cu Capital Social format din Investițiile investitorilor rezidenți ai Republicii Moldova în mărime de 508000 mdl.

VISTLINE - un brand de paltoane fondat în 2002 în Moldova, după lansarea primei colecții, și-a declarat angajamentul față de conceptul unei abordări individuale a producției.

Compania și-a propus să sprijine educatorii și să le ofere soluții eficiente care să-i ajute în misiunea lor nobile, motiv pentru care profitul îl direcționează în organizarea seminariilor de dezvoltare a gândirii critice, de storytelling și ateliere de creație pentru copii, părinți și educatori, cu participare gratuită.

Meșter EduJoc – Vizitatorii pot face vizite pentru a se vedea locul în care iau naștere jucăriile din lemn, se pot face câteva demonstrații scurte astfel încât să înțeleagă cum se prelucrează lemnul ca să ajungă o jucărie. Iar după ce văd cum se realizează jucăriile, vizitatorii îmbracă șorțulețe și sunt invitați la treabă.

Sursa: <https://www.edujoc.md/>  
<https://www.moldova.org/>  
Mai multe informații  
[https://www.facebook.com/edujoc.eu?locale=o\\_RO](https://www.facebook.com/edujoc.eu?locale=o_RO)



Astăzi, Vistline este primul brand moldovenesc care a început să facă lucruri pentru viața de zi cu zi cu un design clar recunoscut: siluete precise, joacă cu textura și culori complexe.

Pornind de la o producție mică și o echipă mică de entuziaști, arzând cu ideea de creând un nou segment în rândul mărcilor de îmbrăcăminte din Moldova, până în 2023 VISTLINE are un număr mare de clienți în întreaga lume.

Sursa <https://www.vistline.com/>  
<https://diez.md/2016/06/28/foto-video-svetlana-sirghi-sunt-un-om-fericit-deoarece-hobby-ul-meu-este-munca-mea/>

PROIECTUL "PARTENERIAT  
MULTI-DIMENSIONAL PENTRU  
DEZVOLTARE ECONOMICĂ DURABILĂ  
INCLUZIVĂ ÎN COMUNA CĂRPINENI",  
FINANȚAT DE UNIUNEA EUROPEANĂ PRIN  
INTERMEDIUL PROGRAMULUI  
"PRIMĂRII PENTRU CREȘTERE  
ECONOMICĂ".

[https://www.eeas.europa.eu  
/delegations/moldova\\_en](https://www.eeas.europa.eu/delegations/moldova_en)

Acest material a fost produs cu suportul financiar al Uniunii  
Europene. Conținutul acestuia reprezintă responsabilitatea exclusivă  
a Asociației "Cutezătorul".

Conținutul materialului aparține autorilor și nu reflectă în mod  
neapărat viziunea Uniunii Europene.