

IDR

Institutul Diplomatic Român



MINISTERUL AFACERILOR EXTERNE

Buletin IDR

Nr. 3/2024



**UCRAINA:
DIPLOMAȚIA ECONOMICĂ
ȘI
COMERȚUL EXTERIOR
ÎN TIMP DE RĂZBOI.
PLATFORMA ONLINE
*NAZOVNI***

**AUTOR:
PETRU MUNTEANU**



DESPRE AUTOR

Petru Munteanu este doctorand în științe politice și relații internaționale având teza de doctorat intitulată „Two Years of EU Trade Sanctions against Russia: assessing their Economic Impact on the European Single Market”, în cadrul Școlii Naționale de Studii Politice și Administrative (SNSPA). Este absolvent al Academiei de Studii Economice București (ASE), Facultatea de Relații Economice Internaționale (REI) – studii de licență și Facultatea de Administrarea Afacerilor cu Predare în Limbi Străine – International Masters in Business Administration. De asemenea a urmat cursuri de specializare și dezvoltare de competențe în domeniul comerțului și al acordurilor comerciale, diplomației, protocolului, relațiilor internaționale, securității și pedagogic.

Petru Munteanu este șef Birou Organizare Cursuri în cadrul Institutului Diplomatic Român – Ministerul Afacerilor Externe. A ocupat în trecut poziția de ofițer consular în cadrul Ambasadei Republicii India la București pentru România, Moldova și Albania.

Domenii de interes

- Diplomație economică
- Diplomație publică
- Organizații guvernamentale internaționale
- Relația UE-Ucraina
- Afaceri consulare

Seria *Buletin IDR* cuprinde texte bazate pe surse publice. Opiniile exprimate reprezintă punctele de vedere ale autorilor.

Sursă imagini: site platformă Nazovni si pagina de Facebook Ambasada Ucrainei.

**Buletin IDR nr. 3/2024****UCRAINA: DIPLOMAȚIA ECONOMICĂ ȘI COMERȚUL EXTERIOR
ÎN TIMP DE RĂZBOI. PLATFORMA ONLINE NAZOVNI**

În contextul conflictului din Ucraina, diplomația economică și comerțul extern devin componente vitale ale strategiilor implicate în acest război hibrid, început încă din anul 2014. Caracterizat de o îmbinare de strategie și tactici militare, propagandă, influență politică și subversiune, războiul cuprinde și o dimensiune economică puternică. Valențele diplomației economice în acest scenariu sunt numeroase. Ele implică atât utilizarea relațiilor comerciale și economice pentru a susține interesele statelor implicate, cât și folosirea unor strategii precum embargourile și sancțiunile europene impuse Federației Ruse sau promovarea economiei ucrainene.

Situația actuală a Ucrainei a însemnat, în primul rând, reorganizarea economică pe plan intern și tranziția la o economie de război. Aceasta presupune mobilizarea resurselor și acordarea priorității producției în scopuri militare, controlul guvernamental extins pentru a putea supraveghea economia și pentru a gestiona resursele și producția în mod eficient din punct de vedere militar. Toate acestea presupun reglementări asupra prețurilor, raționalizarea resurselor și intervenția în sectorul privat, prin limitări sau stimulente, prin mobilizarea resurselor umane și materiale, prin recrutarea de civili pentru forțele armate. Utilizarea resurselor umane care nu se află pe front, în economia și producția specifică de război (infrastructură, armament și bunuri conexe, servicii medicale, de urgență și alimentare), au afectat producția și distribuția produselor și serviciilor ce contribuie la satisfacerea nevoilor și asigurarea bunăstării. Astfel, economia de război a devenit o prioritate în detrimentul economiei bunăstării, aspect ce afectează calitatea vieții, sănătatea fizică și morală a societății ucrainene.

Toate aceste aspecte sunt fundamentale pentru a înțelege importanța injecției economice prin utilizarea și promovarea unui comerț exterior sănătos, inovativ, planificat strategic și susținut, în același timp, de către aliați. Astfel, Ucraina reușește, cu puțin timp înainte de începerea războiului armat din 24 februarie 2022, să dezvolte platforma de comerț exterior numită *Nazovni*, care devine un instrument vital în lupta și afirmarea Ucrainei la nivel european și global.

Ce reprezintă platforma *Nazovni*?

Această platformă este un serviciu creat cu sprijinul instituțional și informațional al Ministerului Afacerilor Externe din Ucraina ce reușește acum să devină o punte între piața

externă și companiile din Ucraina. Această componentă a comerțului exterior se află sub coordonarea directă a Ministerului Afacerilor Externe, o situație de normalitate, având în vedere importanța cunoașterii laturii diplomatice și poziționarea în teritoriu a misiunilor diplomatice și consulare. Acestea nu numai că stabilesc relația politică și diplomatică, dar interacționează, în același timp, cu marea comunitate a cetățenilor ucraineni (diaspora) și cu sectorul privat din statul-gazdă. Gestionarea de către Ministerul Afacerilor Externe a platformei *Nazovni* este importantă, deoarece oferă oportunitatea companiilor străine de a-și căuta parteneri în rândul firmelor ucrainene, prin asistența directă a misiunii diplomatice și consulare. Gestionarea acestei activități de către o altă instituție independentă sau chiar de către Ministerul Economiei nu ar putea asigura performanțele dorite, în termeni de coerență și eficiență, atât de necesare Ucrainei în timp de război.

Rezultate NAZOVNI 2023		
Peste 1800 de companii înregistrate din diferite domenii	Peste 770 de aplicații pentru studii de piață	80 de ambasade 19 de consulat generale
Rata de succes a promotorilor este de 75%	Peste 20 de campanii de marketing pentru comerț	Peste 95 de târguri și expoziții pentru mai mult de 450 de companii ucrainene
	Peste 90 de contracte semnate	

Sursa: Prezentare susținută de directorul operațional NAZOVNI în cadrul *Leadership Meeting on Economic Diplomacy*, Riga (SSE, 9-12 aprilie 2024)

Nivelul de digitalizare al comerțului exterior din Ucraina este ridicat, statul vecin acordând o mare importanță acestui sector, la fel ca întreaga Uniune Europeană. Astfel, în numai doi ani de la inaugurarea *Nazovni*, folosind o rețea de 80 de ambasade și 19 consulat generale, s-a ajuns la înregistrarea și integrarea în sistemul de comerț extern ucrainean a peste 1800 de companii din domenii precum: energie, HORECA, medical, construcții, echipament electric, inginerie, IT și servicii aplicate, semnându-se peste 90 de contracte de importanță ridicată. De asemenea, atribuțiile Ministerului Afacerilor Externe includ și responsabilitatea de a culege informații și de a pune bazele unor analize de piață, facilitându-se astfel accesul companiilor ucrainene pe piața externă. Au fost realizate deja peste 770 de analize speciale, în funcție de nevoile companiilor și de sectoarele cărora li se adresează.

O altă componentă a promovării comerțului exterior este organizarea și participarea la expoziții și târguri internaționale. Folosind această platformă, peste 450 de companii ucrainene au participat la 95 de astfel de evenimente, având susținerea diplomaților ucraineni. Sunt de remarcat următoarele târguri: *Sana 2023* în Italia, *Sejem Agra* în Slovenia, *RigaFood* în Letonia, *Agricultural Food Expo* în China, *Apparel Sourcing* în Franța sau *Isalone* în Italia.

Cum funcționează platforma *Nazovni*?

Imaginea de ansamblu este descrisă de *Nazovni Online*, platforma fiind împărțită în mai multe sectoare:

- *Nazovni Expo* – componentă ce analizează cele mai profitabile oportunități pentru participarea la evenimentele de *business*, precum expoziții sau conferințe internaționale de tip B2B;
- *Nazovni Match* – acest sector încurajează cumpărătorii din piața externă să interacționeze și să cunoască producătorii locali, pentru a stabili legături și pentru a semna potențiale contracte, chiar și la nivelul producătorilor mici;
- *Nazovni Retail* – susține interesele companiilor în rețelele comerciale din exterior; ajută la creșterea vânzărilor și promovează produsele deja prezentate prin *Nazovni Expo* sau *Nazovni Match*;
- *Nazovni Tech* – prin sprijinirea proiectelor științifice comune și experiența în angajamentele internaționale, această componentă promovează și dezvoltă potențialul economic, științific și diplomatic al Ucrainei;
- *Nazovni Talks* – această secțiune a platformei ajută firmele să se adapteze și să înțeleagă mai bine nevoile și oportunitățile la nivel global, folosind cooperarea internațională, descoperind valențele culturale, economice și aspectele legale din diferite țări; activitatea sub componenta *Nazovni Talks* este întreprinsă exclusiv de Ministerul Afacerilor Externe la nivelul guvernului.

Toate aceste componente lucrează împreună pentru a atinge scopul final, acela de a stabili o colaborare fructuoasă între companiile ucrainene și piața externă. Procedurile se desfășoară exclusiv digital, cu sprijinul misiunilor diplomatice și al centralei. Printre țările care importă din Ucraina se numără: Germania, Polonia, Italia, Franța, Marea Britanie, Belgia, Kenya, Egipt, Spania, România, China, Irlanda, Emiratele Unite Arabe, Portugalia, Kuweit, Tunisia, Mexic, Qatar, Ungaria sau Israel.

Cooperarea bilaterală reprezintă un factor foarte important ce ajută la dezvoltarea comerțului exterior, chiar dacă există încă un potențial neutilizat semnificativ. De aceea, s-au dezvoltat parteneriate și cu instituții specializate în comerț, precum: *ACC (American Chamber of Commerce Ukraine)*, *ITA (Italian Trade Agency)*, *Ukraina Trade House*, *Indo-Ukraine Chamber of Commerce and Industry*, *UNDP*, *German Federal Ministry of Economic Affairs and Energy* și *LTO Nederland*.

Inițiative similare la nivel european

În Uniunea Europeană există inițiative similare cu platforma *Nazovni*. De exemplu, *Team France Export* este gestionată de *Business France*, o agenție guvernamentală franceză responsabilă de promovarea investițiilor străine în Franța și de sprijinirea companiilor franceze care doresc să se extindă pe plan internațional. Aceștia acționează în birouri independente de

misiunea diplomatică. A fost lansată în anul 2018, în colaborare cu specialiști în comerț extern, pentru a asigura servicii personalizate, adaptate nevoilor specifice ale fiecărei companii.

În Italia, un program similar se numește *Italian Trade Agency*. Această agenție are 79 de birouri în 65 de țări, fiind responsabilă pentru promovarea comerțului italian. Birourile *ITA* sunt, de regulă, separate de ambasadă, dar funcționează în strânsă cooperare. De exemplu, în România, biroul italian este condus de Micaela Soldini, în calitate de manager care dezvoltă relația cu ambasada, având alături o echipă alcătuită, în general, din personal local, care facilitează interacțiunea cu mediul economic local.

Programul *Germany Trade&Invest* furnizează un ghid de investiții pentru companiile germane și investitorii străini. Aceștia au peste 60 de birouri și parteneri la nivel internațional, iar activitatea lor revine în responsabilitate Ministerului pentru Afaceri Economice și Politici Climatice.

În acest sens, putem observa faptul că țările vestice pun accent pe promovarea comerțului extern, dar sistemul intern presupune un control exclusiv al instituțiilor publice competente în sectorul economic, mereu în cooperare cu mecanismul diplomatic. Pe timp de pace, pentru statele cu o economie dezvoltată și un comerț exterior dinamic și în plină expansiune, cererea și oferta în tranzacțiile internaționale se reglează, independent, mai mult prin mecanismele pieței concurențiale decât prin coordonarea statului. În cazul Ucrainei, sistemul integrat de coordonare și monitorizare a schimburilor comerciale externe canalizează și direcționează fluxuri financiare și de bunuri, păstrând beneficiile și relațiile economice în parametri.

Concluzie

Adaptarea Ucrainei la situația de război, pentru păstrarea pieței de export și a lanțurilor de distribuție, a impus *sine qua non* o regândire aplicată și imediată. Digitalizarea sistemului de comerț exterior, prin crearea platformei *Nazovni*, s-a dovedit o soluție cu rezultate imediate, chiar dacă neprevizionate pe sistemul abordărilor economice aplicate până la momentul războiului. Exemplul *Nazovni* poate constitui pentru România impulsul unei inovații digitale pentru promovarea exporturilor românești și a investițiilor directe în străinătate.