

**MINISTERUL PENTRU INTREPRINDERI MICI SI
MIJLOCII, COMERT, TURISM SI PROFESII LIBERALE
DIRECTIA GENERALA PROMOVAREA EXPORTULUI**

N O R M E

privind principalele activități/acțiuni care vor fi realizate de societățile comerciale participante la târguri și expoziții internaționale finanțate de la bugetul de stat

1. Fundamentarea deciziei de participare la târguri și expoziții internaționale se face având în vedere următoarele :

- interesul societății comerciale de a exporta pe piața respectivă prin identificarea de noi canale de distribuție externă, altele decât cele existente ;
- interesul societății comerciale de a explora piața, de a se informa în legătura cu oferta altor producători și a obține informații de piața ;
- opțiunea pentru participarea la o manifestare promoțională pe o nouă piața trebuie să aibă la bază un studiu de piața/marketing referitor la produsele ce se intenționează a fi exportate ;
- cunoașterea unor date minimale referitoare la ediția precedentă a târgului/expoziției (organizator, suprafața, țări și firme participante, număr de vizitatori, eventuale date referitoare la participarea unor societăți concurente etc.);
- existența potențialului de import pe piața respectivă pentru produsele expuse și încadrarea acestora în profilul târgului ;
- transmiterea deciziei de participare la Direcția Generală Promovarea Exportului – Serviciul Târguri și Expoziții se face numai după ce firma și-a fundamentat corect decizia pe baza celor de mai sus, prin completarea fișei de înscriere. Este obligatoriu ca fișa de înscriere la manifestările internaționale să fie completată la toate capitolele, la calculator, fără omisiuni.

2. Conditii necesare pentru o participare eficienta la targuri si expozitii internationale

- societatea comerciala va opta pentru participarea cu mostre/exponate sau/si cu grafica/panouri, in functie de specificul târgului având obligația ca exponatele sa aibă maximum de atractivitate ;
- se va evita atât supraîncărcarea standului propriu, cat si etalarea unor prospecte, panouri sau mostre deteriorate ;
- mostrele/exponatele trebuie sa fie reprezentative din punct de vedere al performantelor tehnico-calitative pentru producția româneasca din sectorul respectiv. Se va acorda prioritate produselor cu valoare adăugata mare si celor care au certificat de calitate ISO. In cazul in care produsele au nevoie de certificat fito-sanitar, firma expozanta are obligația sa obtina acest certificat ;
- transportul mostrelor se face de societatea organizatoare, desemnata de Centrul Roman pentru Promovarea Comerțului ;
- daca societatea participante dorește sa-si transporte singura mostrele, o face pe răspundere si cont propriu. Orice probleme apărute vor fi rezolvate numai de societatea care a luat aceasta decizie. Societatea comerciala răspunde fata de responsabilul de pavilion (MIMMCTPL) in cazul in care mostrele/exponatele nu ajung in timp util pentru expunere ;
- etalarea mărcilor proprii in scopul realizării exportului trebuie sa aibă in vedere reglementările locale si internaționale privind protecția dreptului de proprietate intelectuala. Expunerea de produse sub marca proprie pentru produse de export deja exportate pe piața fara înregistrarea prealabila a acestora pe piețele externe este contraindicata si poate aduce prejudicii exportatorului care isi asuma acest risc.
- societatea comerciala are obligația de a pune la dispoziția societatii de transport coletele cu mostre, materialele promoționale cu minimum 15 zile înainte de data începerii expoziției, împreuna cu documentele de expediție întocmite in conformitate cu regulamentul elaborat de organizatorul extern. Expediția coletelor se va face la adresa si cu

inscripționarea stabilite prin regulamentul menționat. Societatea nu va depăși limita de greutate/volum impusa de Caietul de sarcini si prin contractul de participare încheiat cu firma organizatoare. Expozantul care va depăși greutatea permisă va efectua transportul mostrelor pe cont propriu ;

- pentru târgurile la care participarea este condiționată de o preselecție locală, societatea comercială trebuie să trimită documentația obligatorie (fotografii, cataloage, CD-uri, mostre etc) în termenul impus de organizator;
- societatea comercială va pregăti din timp o serie de materiale documentare, de prezentare, pe hârtie de calitate în policromie, pe cât posibil în limba țării unde se desfășoară manifestarea expozițională, astfel :
 - pliant cu detalii despre societatea comercială (obiect de activitate, produse, țări în care s-au efectuat exporturi, certificate de calitate, adresa completă, persoane de contact etc.) ;
 - cataloage ;
 - prospecte ;
 - oferta de export pe care-o vor trimite firmei organizatoare, pentru realizarea de către aceasta a programului promoțional;
 - panouri de prezentare/afișe cu obiectul de activitate;
 - cărți de vizită ale delegaților la târg, cu date actualizate ;
 - alte materiale promoționale cu însemnele societății comerciale (agende, calendare, pixuri, brichete etc.);
- societatea comercială trebuie să inițieze în perioada care precede manifestarea expozițională contacte directe cu parteneri potențiali din zona/țara respectivă ;
- societatea comercială va transmite partenerilor externi invitații de vizitare a standului propriu sau de participare la manifestările promoționale organizate pe perioada târgului/expoziției (întâlniri cu oameni de afaceri, simpozioane, prezentări de produse, cocktail-uri etc.) ;
- societatea comercială va transmite reprezentanților Biroului de Promovare Comercial - Economică din cadrul Ambasadei României din țara respectivă datele referitoare la produsele pe care intenționează să le exporte, solicitând acestora sprijinul pentru stabilirea de contacte pe piață, date despre firmele concurente, niveluri de preț, regimul de import – taxe vamale, alte taxe, restricții, contingente, legislație în materie etc. ;

- societatea va nomina un responsabil al acțiunii si/sau delegatul la târg, care va participa obligatoriu la ședințele de lucru desfășurate la sediul Ministerului pentru Întreprinderi Mici si mijlocii, Comerț, Turism si Profesii Liberale sau la organizatorul târgului, va soluționa toate problemele legate de amenajarea spațiului expozițional, promovarea produselor si va asigura activitatea proprie de protocol pe perioada desfășurării expoziției ;
- societatea are obligația sa acopere întreaga suprafața repartizată de organizator cu exponate, panouri si materiale publicitare de calitate ;
- in perioada premergătoare deschiderii expoziției, societatea va verifica existența unor cereri de oferte din țara/zona respectiva pentru produsele proprii la direcțiile de specialitate din Ministerul pentru Întreprinderi Mici si Mijlocii, Comerț, Turism si Profesii Liberale, Centrul Roman de Comerț Exterior, Camera de Comerț si Industrie a României.

3. Deplasarea delegației la târg

- societatea comercială va asigura prezența delegațiilor proprii la târg cel târziu in dimineața zilei precedente celei de deschidere a manifestării promoționale, pentru preluarea, dezambalarea si etalarea exponatelor si va asigura ca, in preția deschiderii târgului, standul propriu sa fie complet amenajat. Excepție fac numai cazurile in care organizatorul local al târgului stabilește alta data/condiții de organizare a pavilionului ;
- delegații la târg vor respecta programul de activitate stabilit de conducerea pavilionului pe perioada târgului si vor participa, in ordinea stabilită de societatea organizatoare la activitatea de reambalare si predare a exponatelor proprii către aceasta după închiderea târgului ;
- reprezentanții societății comerciale participante trebuie sa cunoască o limba de circulație internațională si problematica de comerț exterior specifică domeniului pe care îl reprezintă. Cunoașterea limbii țării unde au loc manifestările expoziționale constituie un avantaj ;
- reprezentanții societății comerciale participante trebuie sa manifeste interes susținut pentru promovarea produselor firmei pe care o reprezintă, depunând eforturi pentru stabilirea de contacte, sa nu fie lipsiți de solitudine fata de clienți, sa aibă un comportament civilizată si corespunzător la stand (fara întârzieri la program, plecări fara motiv, discuții contradictorii si pe un ton ridicat, consum de băuturi alcoolice, sa aibă ținuta adecvată etc.) ;

- societatea comerciala va asigura pregătirea corespunzătoare a deplasării delegaților proprii la târg (viza externa, bilet de avion, rezervare cazare, cunoașterea posibilităților de deplasare aeroport-hotel etc.).

4. Organizarea spațiului expozițional

- delegații societății comerciale participante vor participa la deschiderea coletelor cu produsele proprii în prezența autorităților vamale din țara respectivă (unde este cazul) ;
- delegații vor participa la amenajarea spațiului expozițional propriu cu sprijinul societății române organizatoare.

5. Activitatea delegaților pe perioada târgului

- delegații societăților comerciale participante la târg vor stabili, programul de activități promoționale, inclusiv întâlniri cu firme partenere (se poate utiliza, pentru informare, baza de date a consilierului economic din țara respectivă) ;
- delegații societății comerciale vor vizita standurile unor firme participante la expoziție pentru obținerea de date privind nivelul tehnic al produselor similare, preturi, concurența, canale de distribuție etc.;
- delegații vor verifica pe piața locală condițiile pentru desfacerea produselor proprii, concurența, preturi, nivel de calitate etc. ;
- la închiderea târgului, delegații vor completa obligatoriu un formular privind eficiența participării la târgul respectiv și-l vor preda coordonatorilor pavilionului național (reprezentanții Direcției Generale Promovarea Exportului) prezenți la acțiune.

6. Activități ulterioare participării la târg/expoziție

- delegații vor prezenta conducerii societății un raport detaliat care să conțină punctul de vedere referitor la posibilitățile de dezvoltare a exportului pe țară/zonă respectivă, condițiile locale pentru importuri, rezultatele concretizate în documente relevante (protocoale, înțelegeri, minute, cereri de ofertă, contracte etc.) ;

- raportul va conține și un program de măsuri pentru concretizarea acțiunilor/discuțiilor avute cu partenerii externi pe perioada expoziției ;
- societatea comercială va transmite, după cca. 6 luni de la data închiderii expoziției, la Direcția Generală Promovarea Exportului – Serviciul Târguri și Expoziții (fax: 021/3150961, e-mail: monica.ghisa@dce.gov.ro) o situație valorică despre realizările/ rezultatele obținute în această perioadă. Aceasta situație va conține o enumerare a firmelor cu care societatea românească a semnat sau este în curs de semnare a unor contracte comerciale de export;
- societatea comercială va urmări, cu sprijinul Biroului de Promovare Comercial - Economică, finalizarea acțiunilor antamate în perioada târgului.

7. Monitorizare și sancțiuni

- modul de respectare a prevederilor acestor Norme va fi constatat de coordonatorul din partea Ministerului pentru Întreprinderi Mici și Mijlocii, Comerț, Turism și Profesii Liberale al acțiunii promoționale respective.
- nerespectarea acestor Norme atrage sancționarea societăților comerciale de către Comisia de selecție a firmelor prin eliminarea, pe o perioadă de 1 până la 2 ani, a firmei respective de la participarea la târguri și expoziții internaționale cu sprijin de la bugetul de stat.

Director general,

Costin LIANU

Data: 09.07.2007

Red: VP