



ΠΡΕΣΒΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ ΣΤΟ ΒΟΥΚΟΥΡΕΣΤΙ
ΓΡΑΦΕΙΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ & ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ
EMBASSY OF GREECE IN BUCHAREST
OFFICE FOR ECONOMIC AND COMMERCIAL AFFAIRS

ΤΟΜΕΑΣ ΕΤΟΙΜΩΝ ΕΝΔΥΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΥΠΟΔΗΜΑΤΩΝ ΣΤΗ ΡΟΥΜΑΝΙΑ



Σύνταξη:

Ανδρονίκη Λιακοπούλου, Γρ. ΟΕΥ Α΄

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

| | |
|---|----|
| A. Παρουσίαση κλάδου..... | 2 |
| 1. Περιγραφή κλάδου - Γενικά χαρακτηριστικά | 2 |
| 2. Ιστορική Αναδρομή | 2 |
| 3. Συγκριτική σπουδαιότητα του κλάδου/ προϊόντος στο σύνολο της οικονομικής δραστηριότητας της χώρας..... | 4 |
| B. Προσφορά..... | 4 |
| 1. Παραγωγή - Γενικά χαρακτηριστικά..... | 4 |
| 2. Εξέλιξη παραγωγής | 5 |
| 3. Παραγωγική δυναμικότητα του κλάδου..... | 6 |
| 4. Προοπτικές στην εξέλιξη της παραγωγής | 6 |
| Γ. Ζήτηση..... | 7 |
| 1. Μέγεθος αγοράς - εξέλιξη κατανάλωσης σε βάθος δεκαετίας..... | 7 |
| 2. Παράγοντες επηρεασμού της αγοραστικής συμπεριφοράς..... | 8 |
| 3. Προοπτικές στην εξέλιξη της ζήτησης..... | 9 |
| Δ. Διμερές εμπόριο | 9 |
| Οι εισαγωγές μας από τη Ρουμανία στον τομέα ενδυμάτων κατά το 2017 αποτυπώνονται στον πίνακα που ακολουθεί..... | 10 |
| Αντιστοίχως, οι εξαγωγές μας αποτυπώνονται στον κάτωθι πίνακα: | 11 |
| E. Ανταγωνισμός..... | 13 |
| ΣΤ. Θεσμικό πλαίσιο | 14 |
| Z. Συμπεράσματα - Προοπτικές ελληνικών επιχειρήσεων | 14 |

A. Παρουσίαση κλάδου

1. Περιγραφή κλάδου - Γενικά χαρακτηριστικά

Η Ρουμανία υπήρξε παραδοσιακά από τις χώρες όπου δραστηριοποιούνταν τις τελευταίες δεκαετίες επιχειρήσεις παραγωγής ειδών ένδυσης και υπόδησης. Μετά από μία σημαντική κάμψη δραστηριότητας μεταξύ 2008-2012, λόγω οικονομικής κρίσης, τα τελευταία χρόνια ο κλάδος έχει αρχίσει να ανακάμπτει και, εκτός από τις παραγωγικές μονάδες, έχουν ανοίξει και καταστήματα πώλησης, με την αγορά να κυριαρχείται κυρίως από ξένων συμφερόντων εταιρίες. Παράλληλα, έχουν αρχίσει να εμφανίζονται και αρκετά δημοφιλή, μικρού, ωστόσο, κύκλου εργασιών, ρουμανικά brands, που σχεδιάζονται από Ρουμάνους σχεδιαστές μόδας και παράγονται από μικρού, κυρίως, μεγέθους επιχειρήσεις.

Σήμερα σε όλη τη Ρουμανία δραστηριοποιούνται 5.676 περίπου παραγωγικές επιχειρήσεις του κλάδου και 18.890¹ εμπορικά καταστήματα ενδυμάτων και υποδημάτων, εκ των οποίων το 64% είναι ξένες επενδύσεις. Ο συνολικός κύκλος εργασιών όλων αυτών των επιχειρήσεων ανήλθε σε 5,2 δισ. ευρώ το 2019. Εκτός από τις μονάδες παραγωγής, ένα ευρύ δίκτυο μικρών επιχειρήσεων συμπληρωματικών της παραγωγής δραστηριοποιείται στη χώρα (υφαντήρια, πλεκτήρια, βαφεία, τυπωτήρια, εταιρίες κεντημάτων, επεξεργασίας δέρματος κλπ).

2. Ιστορική Αναδρομή

Ήδη τη δεκαετία του '70 υπήρχαν στη Ρουμανία βιομηχανικές μονάδες παρασκευής ρούχων, τα οποία προορίζονταν κατ' εξοχήν για εξαγωγές. Ως τις αρχές του '80 οι εξαγωγές των προϊόντων υφαντουργίας αντιστοιχούσαν στο 12% των συνολικών εξαγωγών της χώρας. Εκείνη την περίοδο ξεκίνησε και η συνεργασία του ρουμανικού κράτους με μεγάλες ξένες εταιρίες, οι οποίες παρασκεύαζαν τα προϊόντα τους σε μονάδες παραγωγής στη Ρουμανία, με πιο χαρακτηριστικές από αυτές τη Marks & Spencer και την Ellesse.

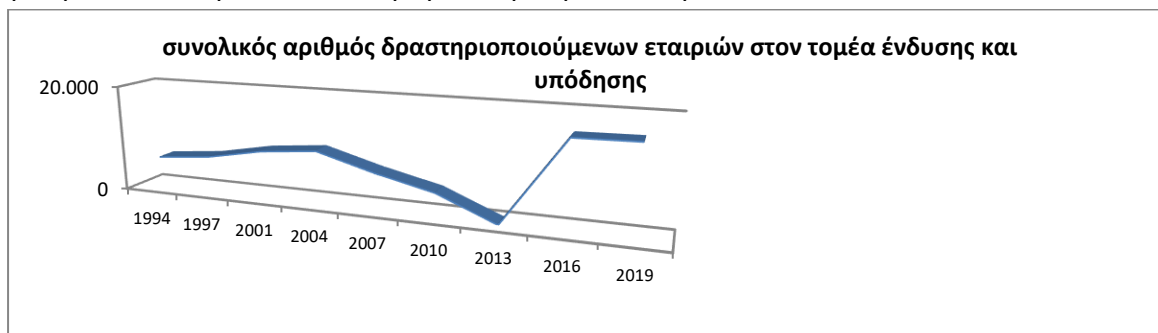
Η μεγάλη περίοδος ανάπτυξης του κλάδου ενδυμάτων στη Ρουμανία τοποθετείται μεταξύ 1992-2004. Το 2004 περί τις 10.000 επιχειρήσεις παραγωγής υπήρχαν στη χώρα, με κύκλο εργασιών που ξεπερνούσε τα 6 δισ. δολάρια, ενώ είχαν ήδη αρχίσει να ανοίγουν καταστήματα ξένων μεγάλων εταιριών προϊόντων ένδυσης και υπόδησης (Benetton,),

¹ KeysFin Report, Fashion Market in Romania, 2019

μεταξύ των οποίων και κάποιες ελληνικές (BSB, Ιοαννου). Η ήδη υπάρχουσα τεχνογνωσία, σε συνδυασμό με το χαμηλό εργατικό κόστος, έκαναν την αγορά της Ρουμανίας ιδιαίτερα δημοφιλή για ξένες επενδύσεις στον τομέα. Μετά το 2004 και ενώ οι ξένες εταιρίες είχαν αρχίσει να αναζητούν ακόμα πιο ελκυστικές χώρες για την παραγωγή των προϊόντων τους, ο κλάδος άρχισε να κλονίζεται. Μονάδες παραγωγής και καταστήματα κήρυξαν πτώχευση και την αγορά άρχισαν να κατακτούν κινεζικής και τουρκικής προέλευσης φτηνά ρούχα και παπούτσια. Το 2007 σε μία αγορά που είχε ήδη αρχίσει να υφίσταται τις συνέπειες της οικονομικής κρίσης, συνέχιζαν να δραστηριοποιούνται περί τις 7.000 μικρομεσαίες επιχειρήσεις, με το συνολικό, ωστόσο, κύκλο εργασιών να έχει μειωθεί δραματικά, αγγίζοντας τα 53 εκατ. ευρώ. Τότε έκαναν την εμφάνισή τους στην αγορά χαμηλού και μεσαίου κόστους ευρωπαϊκές εταιρίες (χαρακτηριστικό παράδειγμα ο όμιλος Inditex, με τα σήματα Zara, Pull & Bear, Massimo Dutti, η Mango, η New Yorker κλπ). Δύο χρόνια αργότερα οι ρουμανικές εταιρίες του κλάδου είχαν μειωθεί κατά 2.500, μην αντέχοντας τον ανταγωνισμό από ασιατικές χώρες, δεν συνέβη όμως το ίδιο και με τα καταστήματα ξένων αλυσίδων που άντεξαν καλύτερα στις πιέσεις της διεθνούς κρίσης και πλέον έφερναν έτοιμα τα προϊόντα τους στη ρουμανική αγορά.

Το 2009 άρχισε ξανά μια περίοδος εκ νέου προσέλκυσης ξένων επενδύσεων του τομέα ενδυμάτων, καθώς διεθνή μεσαίου κόστους brands (C&A, GAP, Kiabi, Decathlon, Sasch, Darel, Kevenlo και H&M από το 2011) διείδαν προοπτική στην αγορά της Ρουμανίας λόγω της διαφαινόμενης αύξησης της καταναλωτικής δύναμης των Ρουμάνων και της ενίσχυσης της μεσαίας τάξης.

Από το 2014 και μετά η ανάκαμψη ήταν πιο ξεκάθαρη, οφειλόμενη κυρίως στη διαμόρφωση μιας νεοανερχόμενης μεσοαστικής τάξης που ενημερώνεται, ταξιδεύει και καταναλώνει. Επιπλέον, ένα κομμάτι των ανώτερων κοινωνικών στρωμάτων υιοθετεί συμπεριφορές νεοπλουτισμού και επιδιέχεται στην κατανάλωση πολυτελών προϊόντων. Συγκριτικά με το 2013 βέβαια, όπου ο αριθμός των σχετικών καταστημάτων ήταν άνω των 25.000 υπάρχει πτώση, όμως τα κέρδη των περίπου 19.000 που λειτουργούν σήμερα έχουν πολλαπλασιαστεί, στοιχείο που οδηγεί στη διαπίστωση ότι υποχωρεί η δημιουργία και συντήρηση μικρών καταστημάτων, αφήνοντας έδαφος στις μεγάλες αλυσίδες που μπορούν να επιβιώσουν στα μεγάλα εμπορικά κέντρα.



Σήμερα, αν και ο κλάδος ένδυσης και υποδήσης, όχι μόνον έχει καταφέρει να επιβιώσει, αλλά παρουσιάζει σημαντική ανάπτυξη, δημιουργώντας κάποιες προοπτικές για τις σχετικές επιχειρήσεις, ωστόσο η επιχειρηματική διείσδυση στην εν λόγω αγορά, απαιτεί βαθιά γνώση αυτής και πολύ προσεκτικά βήματα, όπως θα αναπτυχθεί στη συνέχεια. Την ανοδική αυτή πορεία φαίνεται να ανέκοψε τους μήνες Μάρτιο και Απρίλιο η επέλαση της πανδημικής κρίσης· μένει να φανεί πώς θα εξελιχθεί η διαμόρφωση της ζήτησης με τις νέες συνθήκες που η κρίση αυτή έχει διαμορφώσει.

3. Συγκριτική σπουδαιότητα του κλάδου/ προϊόντος στο σύνολο της οικονομικής δραστηριότητας της χώρας

Ο τομέας παραγωγής ενδυμάτων και υποδημάτων είναι από τους πιο σημαντικούς κλάδους βιομηχανικής παραγωγής στη χώρα - ο τρίτος σε κύκλο εργασιών μετά τη μεταλλουργία και τον τομέα της εξόρυξης.

Κατά μέσο όρο την τελευταία δεκαετία το 23% των εξαγωγών αφορά σε έτοιμα ενδύματα και υποδήματα.

Η ρουμανική παραγωγή στον τομέα μόδας είναι ιδιαίτερης σημασίας στη Ρουμανία, συνεισφέροντας κατά 6% στο ΑΕΠ της χώρας.

Παράλληλα ο εν λόγω τομέας απασχολεί μεγάλο αριθμό εργαζομένων, ο οποίος ανέρχεται περίπου σε 200.000 άτομα.

Τέλος, σημειώνεται ότι το 22% των ξένων επενδύσεων στην χώρα είναι στον τομέα μόδας.

B. Προσφορά

1. Παραγωγή - Γενικά χαρακτηριστικά

Εξετάζοντας την ρουμανική παραγωγή προϊόντων μόδας (ενδύματα και υποδήματα) παρατηρούμε ότι τα 2/3 των επιχειρήσεων του κλάδου ανήκουν σε ξένους επενδυτές, αφού κατά το 2016 υπήρχαν στην χώρα περίπου 5.311 εταιρείες, Οι κυριότεροι παίκτες είναι οι Κινέζοι, οι οποίοι κατέχουν σημαντικό μερίδιο χαμηλής κυρίως ποιότητας ρούχων, εισάγοντας μεγάλες ποσότητες κινεζικής παρασκευής ρούχων και διοχετεύοντάς τα στη ρουμανική αγορά. Η ρουμανική παραγωγή καθ' εαυτήν είναι αρκετά πιο περιορισμένη και συνιστά είτε υπεργολαβία είτε παραγωγή επί μέρους εξαρτημάτων ενδυμάτων και υποδημάτων. Και στις δύο περιπτώσεις πρόκειται για παραγωγή προϊόντων ανώτερης ποιότητας, καθώς οι συνεργασίες των ρουμανικών παραγωγικών μονάδων με ξένες (ιταλικών κυρίως συμφερόντων) επιχειρήσεις επέφεραν βελτίωση των προδιαγραφών στη σχετική παραγωγή.

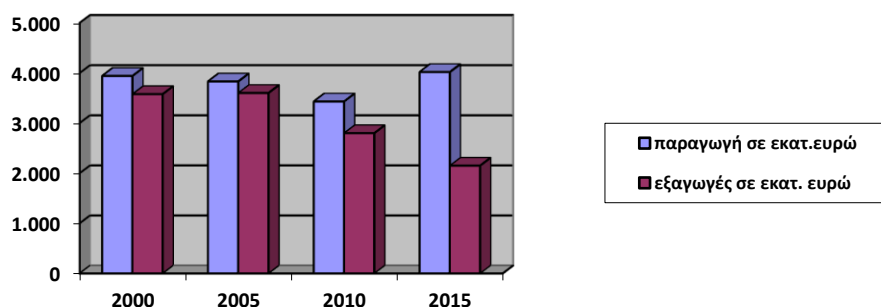
Αμιγώς ρουμανικά brands σε ρούχα είναι των εταιριών Nissa, Guara, Lashez, Yokko, Pink, Staleman, Collection, Depot 96, Mixar, Secuiana, Etic, Takko, τα οποία παρασκευάζονται στη Ρουμανία και είναι χαμηλού ή μετρίου κόστους. Υψηλότερης ποιότητας ενδύματα είναι των εταιριών Ana Radu, Foraeva, Lana Dumitru, Traskin, Ioana Ciolacu, Chic Utility, Ma Ra Mi, Manghiuc Ramona, Jolidon (νυφικά), Adina Orboi, IE, Isa Van Dee, Murmur (εσώρουχα), Irina Schrotter και Crina Bulprich, τα οποία είναι αρκετά αναγνωρίσιμα στη Ρουμανία, με όχι ιδιαίτερα υψηλές, ωστόσο, πωλήσεις λόγω του ότι

στοχεύουν σε υψηλού εισοδηματικού επιπέδου πελατεία, η οποία είναι πιο περιορισμένη, αν και με τάσεις ανοδικές την τελευταία τριετία.

Στον τομέα των υποδημάτων, οι πιο γνωστές ρουμανικές εταιρίες είναι οι Guban, Musette, Diane AnneMarie, Sepala, Smiling Shoes, Botta, Michaela Glavan, Mihai Albu, Il Passo οι οποίες έχουν καλής ποιότητας υποδήματα, χρησιμοποιώντας δέρματα κυρίως προερχόμενα από Ιταλία και Τουρκία και δευτερευόντως από Ρουμανία. Αναγνωρίσιμες είναι επίσης οι εταιρίες, Komodos, Marelbo, Benvenuti ,Clujana.

2. Εξέλιξη παραγωγής

Η Ρουμανία υπήρξε ήδη, όπως αναφέραμε, από δεκαετίες χώρα παραγωγής ενδυμάτων και υποδημάτων. Το 2000 κατατασσόταν στην τρίτη θέση, μετά την Κίνα και την Τουρκία στην κατάταξη χωρών προμηθευτών ετοιμών ενδυμάτων στην αγορά της ΕΕ, κυρίως λόγω του χαμηλού εργατικού κόστους, ενώ πέντε χρόνια αργότερα έπεσε στην τέταρτη θέση όταν και το Μπαγκλαντές προστέθηκε στο σκηνικό². Σήμερα κατέχει την 11η θέση ανάμεσα στις χώρες παραγωγούς και εξαγωγικές χώρες ενδυμάτων στην ΕΕ³ και τη 16η παγκοσμίως στην παραγωγή.



Με τον ανταγωνισμό από τις χώρες τις Ασίας, που συμπίεσαν σημαντικά τις τιμές, και με την κρίση του 2008, αρκετές μικρές επιχειρήσεις έκλεισαν μεταξύ 2008-2016 και έμειναν πολύ λιγότερες (περί το 60% αυτών), δραστηριοποιούμενες κυρίως στην περιοχή του Βουκουρεστίου και του Cluj. Το κλείσιμο των παραγωγικών επιχειρήσεων ακολούθησε η εγκατάσταση ολοένα και περισσότερων ξένων αλυσίδων καταστημάτων.

Τα δύο τελευταία έτη, με την τόνωση της κατανάλωσης και την αύξηση του βιοτικού επιπέδου των Ρουμάνων λόγω αύξησης μισθών, παρατηρείται μία στροφή προς τα υψηλής ποιότητας ενδύματα και έχουν αρχίσει να εμφανίζονται κάποια μικρά ρουμανικά brands, ωστόσο, το ενδιαφέρον των καταναλωτών έχει πλέον στραφεί στις ξένες επιχειρήσεις με διεθνή σήματα.

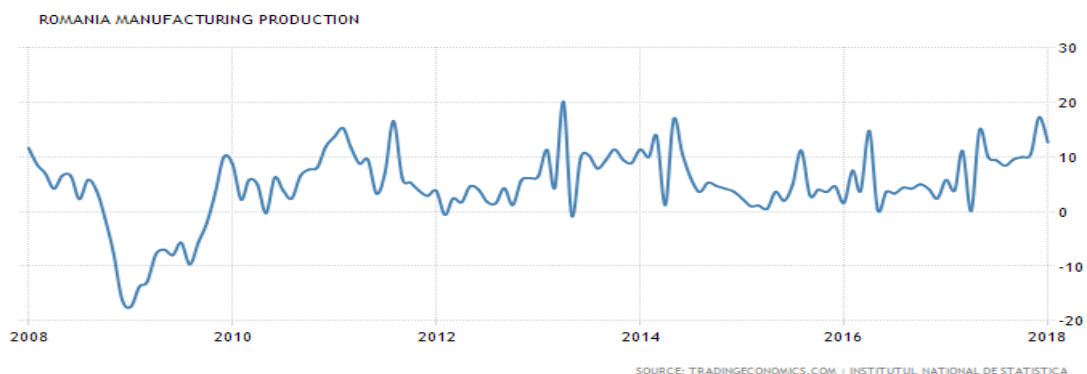
² https://www.isc.hbs.edu/resources/courses/moc-course-at-harvard/Documents/pdf/student-projects/Romania_Apparel_2010.pdf

³ <https://www.statista.com/statistics/422473/european-union-clothing-exports-by-country/>

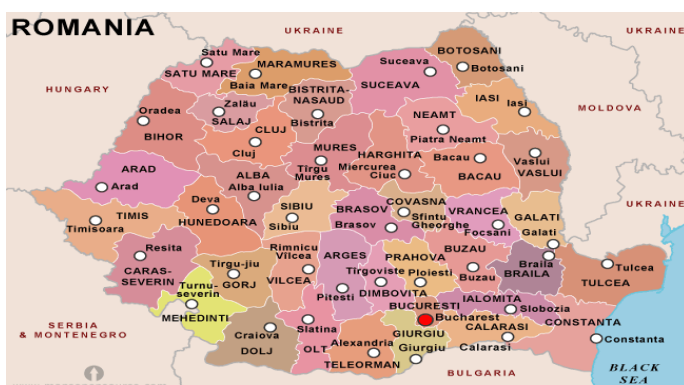
3. Παραγωγική δυναμικότητα του κλάδου

Ο δείκτης βιομηχανικής παραγωγής της χώρας στον τομέα της ένδυσης και υπόδησης κυμαίνεται σε μέτρια προς χαμηλά επίπεδα την τελευταία δεκαετία, δεδομένου του πλήγματος που υπέστη η σχετική αγορά μετά την κρίση του 2008.

Εκτός από τις ρουμανικές εταιρίες που έχουν και μονάδες παραγωγής και κατάσταση ενδυμάτων όλων των ειδών, εσωρούχων και υποδημάτων, και ξένες επιχειρήσεις, ορισμένες τις πιο δημοφιλείς και ακριβές παράγουν μέρη ρουχισμού ή υποδημάτων στη Ρουμανία. Τέτοια παραδείγματα είναι της Louis Vuitton, που παράγει σόλες ορισμένων κατηγοριών παπουτσιών της σε εργοστάσιο στο Sibiu, αλλά και της Hugo Boss ή της Alvierno Martini - Prima Classe.



Εξετάζοντας την παραγωγή του τομέα μόδας ανά περιοχή παρατηρούμε ότι 865 ρουμανικές επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται στην περιοχή του Βουκουρεστίου με κύκλο εργασιών περίπου 1 δισ. Ron Ακολουθούν περιοχές, όπως το Cluj με 228 εταιρίες, το Neamt με 209 επιχειρήσεις, το Dolj με 188 επιχειρήσεις, η Prahova με 184 επιχειρήσεις και κύκλο εργασιών 544 εκατ. Ron, το Ιάσιο (184 εταιρίες) και η Vrancea, ακολουθούμενες από το Arad με κύκλο εργασιών 620 εκατ. Ron και το Botosani με κύκλο εργασιών 588 εκατ. Ron.



4. Προοπτικές στην εξέλιξη της παραγωγής

Λόγω της μεγάλης εισόδου στην αγορά ξένων επιχειρήσεων, είτε πολύ φθηνού ενδύματος (π.χ. κινεζικά, τουρκικά), είτε υψηλής ποιότητας και ακριβού (π.χ. ιταλικά, γαλλικά), η ρουμανική παραγωγή εκτιμάται ότι θα παραμείνει σε χαμηλά προς μέτρια

επίπεδα, έχοντας χάσει οριστικά την παλιά της αίγλη. Το υπόδημα έχει αποκτήσει μία σχετικά μικρή ώθηση, λόγω της στροφής των καταναλωτών προς καλύτερης ποιότητας προϊόντα και λόγω της εμφάνισης νέων Ρουμάνων σχεδιαστών τα τελευταία χρόνια. Σε κάθε περίπτωση, ωστόσο, το προς διάθεση ποσό για τέτοιες αγορές παραμένει χαμηλό στον προϋπολογισμό του Ρουμάνου καταναλωτή. Η νέα τάση στην παραγωγή το χειροποίητο ή *tailor made* προϊόν, ενώ η έλλειψη ακόμα και ανειδίκευτου προσωπικού στη Ρουμανία συντελεί στη σταδιακή μείωση ενδιαφέροντος από μέρους διεθνών επενδυτών για επενδύσεις σε παραγωγικές μονάδες.

Γ. Ζήτηση

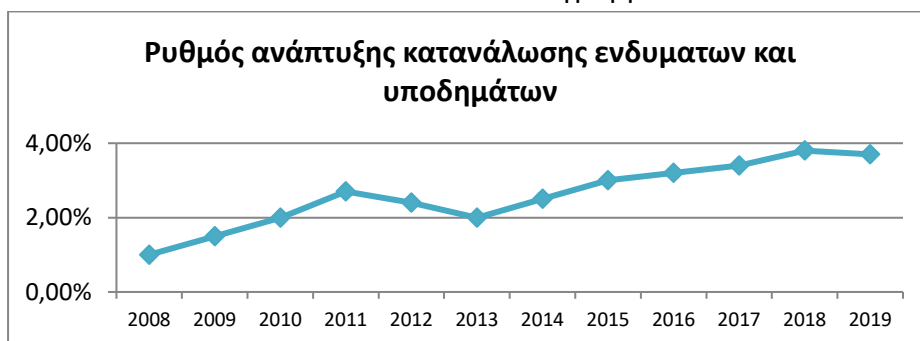
1. Μέγεθος αγοράς - εξέλιξη κατανάλωσης σε βάθος δεκαετίας

Σύμφωνα με τα επίσημα στατιστικά στοιχεία, ο πληθυσμός της Ρουμανίας συνεχώς μειώνεται, έχοντας αγγίξει τα 20 εκατ. περίπου. Αποτελεί, δέ, την δεύτερη αγορά των ανατολικών χωρών μετά την Πολωνία.

Τα ρουμανικά νοικοκυριά είναι ετερογενή και έχουν ως συνήθεια να καταναλώνουν περισσότερο από ό,τι αποταμιεύουν. Ο ρυθμός ανάπτυξης της κατανάλωσης βαίνει συνεχώς αυξανόμενος την τελευταία πενταετία (2014: 4,7%, 2015:6%, 2016: 9%, 2017: 6,7%). Στο τέλος του 2017, η μέση μηνιαία κατανάλωση ενός ρουμανικού νοικοκυριού ανερχόταν, σύμφωνα με το Εθνικό Ινστιτούτο Στατιστικής (INS) σε 2.903 Ron, ήτοι περίπου 623 ευρώ, ενώ ο μέσος όρος εσόδων σε 3.372 Ron, ήτοι 725 ευρώ. Το 60% της κατανάλωσης αφορά σε τρόφιμα - ποτά και προϊόντα οικιακής χρήσης.

Η δαπάνη για κατανάλωση ενδυμάτων και υποδημάτων στη Ρουμανία, αν και παρουσιάζει αύξηση τα τελευταία χρόνια, δεν θεωρείται ιδιαίτερα υψηλή. Σύμφωνα με τη Eurostat, κατά μέσο όρο, οι Ρουμάνοι ξοδεύουν 3,4% του εισοδήματός τους, από τα πιο χαμηλά ποσοστά στην Ευρωπαϊκή Ένωση, όπου ο μέσος όρος ποσοστού κατανάλωσης σε σχέση με το εισόδημα είναι 4,9%.

Η εξέλιξη του ρυθμού κατανάλωσης ενδυμάτων και υποδημάτων την τελευταία δεκαετία αποτυπώνεται στο ακόλουθο διάγραμμα:



(Πηγή: INS)

2. Παράγοντες επηρεασμού της αγοραστικής συμπεριφοράς

Τα καταναλωτικά πρότυπα στη Ρουμανία διαμορφώνονται εν πολλοίς από τις τηλεοπτικές διαφημίσεις και τις τάσεις της μόδας που εισάγουν τηλεοπτικοί αστέρες. Τα τηλεοπτικά κανάλια με τη μεγαλύτερη θεαματικότητα είναι Pro TV, Kanal D, Antena 3, Prima TV, România TV, Antena Stars, Antena 1, TVR 1, Național TV και Acasă. Η διαφήμιση παίζει ιδιαίτερα σημαντικό ρόλο, ειδικά αν το διαφημιζόμενο προϊόν προβάλλεται από κάποια διασημότητα. Οι διαφημίσεις στην τηλεόραση και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι οι ευρύτερα προβεβλημένες, σε αντίθεση με το ραδιόφωνο και τον έντυπο τύπο, όπου οι σχετικές καταχωρήσεις είναι ολοένα και λιγότερες. Οι τηλεοπτικές διαφημίσεις ωστόσο, είναι ιδιαίτερα υψηλού κόστους. Σημαντικός παράμετρος προς συνεκτίμηση είναι το γεγονός ότι ο Ρουμάνος καταναλωτής περνά πολύ ώρα on line και προτιμά να ενημερώνεται διαδικτυακά, ειδικά με τη χρήση κινητού τηλεφώνου.

Μία σύγχρονη τάση διαμόρφωσης κοινής γνώμης στη Ρουμανία είναι οι fashion bloggers (Ana Morodan, MAurice Munteanu, Alina Ceusan, Sylvia Cristescu, Dana Rogoz κ.α), των οποίων οι ιστοσελίδες και οι σελίδες στα μέσα δικτύωσης και, ειδικά στο instagram, έχουν μεγάλη επισκεψιμότητα.

Παράγοντας επηρεασμού του καταναλωτικού κοινού των αστικών κέντρων της χώρας είναι και η τοποθέτηση προϊόντων μόδας σε ένα από τα μεγάλα εμπορικά καταστήματα της χώρας, τα οποία δέχονται χιλιάδες καταναλωτών εβδομαδιαίως. Η επέκταση των εμπορικών κέντρων δεν φαίνεται ότι θα σταματήσει τα επόμενα χρόνια. Οι τιμές των εμπορικών χώρων στην Ρουμανία και ειδικά στο Βουκουρέστι σήμερα είναι αρκετά υψηλές -συγκρίσιμες με αυτές των μεγάλων εμπορικών δρόμων και εμπορικών κέντρων της Αθήνας.

Τα κυριότερα εμπορικά κέντρα στο Βουκουρέστι είναι τα ακόλουθα: Mall Baneasa, AFI Palace Cotroceni, Mall Vitan, Mall Sun Plaza, Promenada Mall, Mall Plaza Romania, Jollie Ville, Mega Mall, Park Lake κ.ά.

Το κύμα αυτό ανεγέρσεως νέων εμπορικών κέντρων στην Ρουμανία παρατηρείται και στην περιφέρεια ιδιαίτερα στο Ιάσιο (Iulius Mall), την Timisoara, (Iulius Mall Timisoara) και στην Κωνσταντσα.

Στην Ρουμανία τα εμπορικά κέντρα είναι πιο επιτυχημένα από τα καταστήματα της γειτονιάς και ο Ρουμάνος καταναλωτής αρέσκεται να ακολουθεί τον αμερικανικό και δυτικοευρωπαϊκό τρόπο ζωής, αφού συνδυάζει τις αγορές με την διασκέδαση και άλλες δραστηριότητες.

Οι κλαδικές εκθέσεις στη Ρουμανία δεν έχουν τόσο μεγάλη απήχηση όσο σε άλλες κεντροευρωπαϊκές χώρες, όπως ούτε άλλωστε και οι επιδείξεις μόδας. Η πιο μεγάλη κλαδική έκθεση της χώρας είναι η MODEXPO, η οποία πραγματοποιείται δύο φορές τον χρόνο, αλλά παραμένει σχετικά μικρής εμβέλειας, καθώς οι Ρουμάνοι επαγγελματίες του κλάδου προτιμούν να επισκέπτονται τις Διεθνείς Εκθέσεις Μόδας του Μιλάνου και του Παρισιού. Σε περιφερειακό επίπεδο, η παρουσία ξένων επιχειρηματιών στη Modexpo μπορεί να προσφέρει το έδαφος για μια πρώτη γνωριμία με ένα νέο επώνυμο προϊόν, ωστόσο, δεν αρκεί η επανειλημμένη συμμετοχή για την καθιέρωση brand -χρειάζεται συστηματική προσπάθεια προβολής με διαφημίσεις. Η προσεχής εκδήλωση της Modexpo

(www.modexpro.ro), αναμένεται να πραγματοποιηθεί στις εγκαταστάσεις του επίσημου οργανωτή εκθέσεων Romexpro, από τις 18-21 Οκτωβρίου 2018.

Η εβδομάδα μόδας στο Βουκουρέστι πραγματοποιείται δύο φορές το χρόνο και συμμετέχουν οι μεγαλύτερες ρουμανικές επιχειρήσεις δραστηριοποιούμενες στον τομέα της μόδας. Αν και καλύπτονται με τηλεοπτικά, ηλεκτρονικά και έντυπα μέσα, δεν θεωρούνται ιδιαίτερης εμβέλειας. Οι επί μέρους επιδείξεις μόδας που διοργανώνονται δεν έχουν τόσο μεγάλη απήχηση και έχουν αξία και πάλι ως ενέργειες πρώτης εισόδου στην αγορά.

Η οργάνωση κοκτέιλ για την προώθηση ενός προϊόντος εκτιμάται πολύ στην Ρουμανία, λειτουργώντας προσθετικά στην εικόνα της επιχείρησης. Σκοπός της εκδήλωσης αυτής είναι να φέρει την νεοεισαγόμενη εταιρία σε επαφή με ενδιαφερόμενες για συνεργασία ρουμανικές επιχειρήσεις και, κυρίως, δημοσιογράφους και bloggers για την ευρύτερη δυνατή προβολή.

3. Προοπτικές στην εξέλιξη της ζήτησης

Η ζήτηση για ενδύματα και υποδήματα αναμένεται να διατηρηθεί σε μέτρια επίπεδα, με σχετικά ανοδικές τάσεις την επόμενη τριετία, λόγω της αύξησης στους μισθούς και της τάσης για μεγαλύτερη κατανάλωση. Η αγορά, ωστόσο, δεν διακρίνεται για υψηλά επίπεδα ρευστότητας, πράγμα που πρακτικά σημαίνει ότι η κατανάλωση δεν θα παρουσιάσει ιδιαίτερα σημαντική αύξηση μεσοπρόθεσμα τουλάχιστον.

Σημαντική παράμετρος που συγκρατείται είναι ότι η τάση φαίνεται να ευνοεί το online εμπόριο που αναμένεται να παρουσιάσει ιδιαίτερη άνοδο τα επόμενα χρόνια.

Δ. Διμερές εμπόριο

Το διμερές εμπόριο ενδυμάτων είναι σταθερά πλεονασματικό υπέρ της χώρας μας τα τελευταία χρόνια. Το 2019 εξήχθησαν προς τη Ρουμανία ενδύματα και εσώρουχα ύψους 21.507.678 ευρώ, ενώ εισήχθησαν προϊόντα ύψους 6.028.187 ευρώ. Τα κυριότερα εξαγόμενα προϊόντα μας ανήκουν στη δασμολογική κλάση 6109 (T-shirt και φανελάκια), 6104 (Κουστούμια-ταγιέρ, σύνολα, ζακέτες, φορέματα, φούστες, φούστες-παντελόνια, παντελόνια μακριά, φόρμες με τιράντες και παντελόνια κοντά, πλεκτά, για γυναίκες), 6112 (Φόρμες αθλητικές (προπόνησης), κουστούμια και σύνολα του σκι, μαγιό, κιλότες και σλιπ μπάνιου, πλεκτά), 6108 (μισά μεσοφόρια, σλιπ και άλλες κιλότες, νυχτικά, πιτζάμες, ελαφρές ρόμπες για το σπίτι (νεγκλιζέ), ρόμπες και σακάκια μπάνιου, ρόμπες δωματίου και παρόμοια είδη, πλεκτά, για γυναίκες ή κορίτσια (εκτός από τι-σερτ, φανελάκια), ενώ το κυριότερο εισαγόμενο είναι T-shirt και φανελάκια (Δ/Κ. 6109).

Στη συγκριτική επισκόπηση διμερούς εμπορίου 5ετίας διαπιστώνεται αυξητική τάση στις εξαγωγές μας:

| Αξία σε ευρώ | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|--------------|------------|------------|------------|-------------------|-------------------|
| Εισαγωγές | 4.497.205 | 5.429.468 | 4.872.774 | 4.366.988 | 6.028.187 |
| Εξαγωγές | 14.956.875 | 21.161.313 | 20.772.054 | 21.435.243 | 21.507.678 |

(Στοιχεία ΕΛΣΤΑΤ)

Οι εισαγωγές μας από τη Ρουμανία στον τομέα ενδυμάτων κατά το 2017 αποτυπώνονται στον πίνακα που ακολουθεί

| Τετραψήφια δασμολογική κλάση | | Αξία σε ευρώ |
|------------------------------|--|--------------|
| 6101' | Παλτά (ό. συμπ. και τα κοντά παλτά), κάπες, άνορακ, αντιανεμικά, μπουφάν και παρόμοια είδη, πλεκτά, για άνδρες ή αγόρια (εκτός από κουστούμια, σύνολα, σακάκια blazers και παντελόνια) | 8.645 |
| 6102' | Παλτά (ό. συμπ. και τα κοντά παλτά), κάπες, άνορακ, αντιανεμικά, μπουφάν και παρόμοια είδη, πλεκτά, για γυναίκες ή κορίτσια (εκτός από κουστούμια-ταγιέρ, σύνολα, ζακέτες blazers, φορέματα, φούστες, φούστες-παντελόνια ζιπ-κιλότ και παντελόνια) | 58.268 |
| 6103' | Κουστούμια, σύνολα, σακάκια, παντελόνια μακριά (ό. συμπ. και τα παντελόνια μέχρι το γόνατο καθώς και παρόμοια παντελόνια), φόρμες με τιράντες (σαλοπέτ) και παντελόνια κοντά (σορτζ), πλεκτά, για άντρες ή αγόρια (εκτός από αντιανεμικά και παρόμοια είδη | 34.597 |
| 6104' | Κουστούμια-ταγιέρ, σύνολα,ζακέτες, φορέματα, φούστες, φούστες-παντελόνια (ζιπ- κιλότ), παντελόνια μακριά (ό. συμπ. τα παντελόνια μέχρι το γόνατο και παρόμοια παντελόνια), φόρμες με τιράντες (σαλοπέτ) και παντελόνια κοντά (σορτζ), πλεκτά, για γυναίκες | 406.632 |
| 6105' | Πουκάμισα πλεκτά, για άντρες ή αγόρια (εκτός από νυχτικά, τι-σερτ και φανελάκια) | 38.621 |
| 6106' | Μπλουζες και μπλουζες-πουκάμισα σεμιζιέ, πλεκτές, για γυναίκες ή κορίτσια (εκτός από τι-σερτ και φανελάκια) | 132.229 |
| 6107' | Σλιπ και άλλα σώβρακα, νυχτικά, πιτζάμες, ρόμπες και σακάκια μπάνιου, ρόμπες δωματίου και παρόμοια είδη, πλεκτά, για άντρες ή αγόρια (εκτός από φανελάκια) | 680.017 |
| 6108' | Κομπινεζόν ή μεσοφόρια, μισά μεσοφόρια, σλιπ και άλλες κιλότες, νυχτικά, πιτζάμες, ελαφρές ρόμπες για το σπίτι (νεγκλιζέ), ρόμπες και σακάκια μπάνιου, ρόμπες δωματίου και παρόμοια είδη, πλεκτά, για γυναίκες ή κορίτσια (εκτός από τι-σερτ, φανελάκια, σ | 253.501 |
| 6109' | Τι-σερτ και φανελάκια, πλεκτά | 1.348.591 |
| 6110' | Πουλόβερ, πλεκτές ζακέτες, γιλέκα και παρόμοια είδη (ό. συμπ. τα σου-πουλ), πλεκτά (εκτός των παραγεμισμένων γιλέκων) | 407.497 |
| 6111' | Ενδύματα και συμπληρώματα ένδυσης, πλεκτά, για βρέφη (εκτός από σκούφους) | 158.663 |
| 6112' | Φόρμες αθλητικές (προπόνησης), κουστούμια και σύνολα του σκι, μαγιό, κιλότες και σλιπ μπάνιου, πλεκτά | 83.500 |
| 6113' | Ενδύματα κατασκευασμένα από πλεκτά υφάσματα, είτε συνδυασμένα με καουτσούκ είτε εμποτισμένα, επιχρισμένα ή επικαλυμμένα με πλαστική ύλη ή άλλα υλικά (εκτός των ενδυμάτων για βρέφη, καθώς και των συμπληρωμάτων του ενδύματος) | 16.301 |
| 6114' | Ειδικά ενδύματα για επαγγελματικές, αθλητικές ή άλλες χρήσεις, π.δ.κ.α., από πλεκτά υφάσματα | 27.169 |
| 6115' | Κολάν (κάλτσες-κιλότες), κάλτσες, μισές κάλτσες, καλτσάκια (σοσόνια) και άλλα παρόμοια είδη (ό. συμπ. οι κάλτσες φλεβίτιδας), από πλεκτό ύφασμα (εκτός εκείνων που προορίζονται για βρέφη) | 86.375 |
| 6116' | Γάντια με δάκτυλα, γάντια χωρίς ακροδάκτυλα και γάντια χωρίς δάκτυλα (μονοκόμματα), πλεκτά ή βροχιδωτά (εκτός εκείνων που προορίζονται για μικρά παιδιά) | 23.554 |
| 6117' | Συμπληρώματα του ενδύματος, έτοιμα, από πλεκτό ύφασμα, καθώς και μέρη ενδυμάτων ή συμπληρωμάτων του ενδύματος, από πλεκτό ύφασμα, π.δ.κ.α. | 10.901 |
| 6201' | Παλτά (ό. συμπ. τα κοντά παλτά), κάπες, άνορακ, αντιανεμικά, μπουφάν και παρόμοια είδη, για άντρες ή αγόρια (εκτός των πλεκτών, καθώς και εκτός από κουστούμια, σύνολα, σακάκια blazers και παντελόνια) | 113.024 |
| 6202' | Παλτά (ό. συμπ. τα κοντά παλτά), κάπες, άνορακ, αντιανεμικά, μπουφάν και παρόμοια είδη, για γυναίκες ή κορίτσια (εκτός των πλεκτών, καθώς και εκτός από κουστούμια- ταγιέρ, σύνολα, ζακέτες blazers και παντελόνια) | 221.512 |
| 6203' | Κουστούμια, σύνολα, σακάκια, παντελόνια μακριά (ό. συμπ. τα παντελόνια μέχρι το γόνατο και παρόμοια παντελόνια), φόρμες με τιράντες (σαλοπέτ) και παντελόνια κοντά (σορτζ), για άντρες ή αγόρια (εκτός των πλεκτών, καθώς και εκτός από αντιανεμικά και πα | 343.500 |
| 6204' | Κουστούμια-ταγιέρ, σύνολα, ζακέτες, φορέματα, φούστες, φούστες-παντελόνια (ζιπ- κιλότ), παντελόνια μακριά (ό. συμπ. τα παντελόνια μέχρι το γόνατο και παρόμοια παντελόνια), φόρμες με τιράντες (σαλοπέτ) και παντελόνια κοντά (σορτζ), για γυναίκες ή κορί | 539.954 |
| 6205' | Πουκάμισα για άντρες ή αγόρια (εκτός των πλεκτών, καθώς και εκτός από νυχτικά και φανελάκια) | 680.736 |
| 6206' | Μπλουζες και μπλουζες-πουκάμισα σεμιζιέ, για γυναίκες ή κορίτσια (εκτός των πλεκτών, καθώς και εκτός από φανελάκια) | 235.263 |
| 6207' | Φανελάκια, σλιπ και άλλα σώβρακα, νυχτικά, πιτζάμες, ρόμπες και σακάκια μπάνιου, ρόμπες δωματίου και παρόμοια είδη, για άντρες ή αγόρια (εκτός των πλεκτών) | 13.155 |
| 6208' | Φανελάκια, κομπινεζόν ή μεσοφόρια, μισά μεσοφόρια, σλιπ και άλλες κιλότες, νυχτικά, πιτζάμες, ελαφρές ρόμπες για το σπίτι (νεγκλιζέ), ρόμπες και σακάκια μπάνιου, ρόμπες | 16.628 |

| | | |
|-------|--|---------|
| | δωματίου και παρόμοια είδη, για γυναίκες ή κορίτσια (εκτός των πλεκτών, καθώς και | |
| 6209' | Ενδύματα και συμπληρώματα του ενδύματος, από υφαντουργικά προϊόντα παντός τύπου, για βρέφη (εκτός των πλεκτών, καθώς και εκτός από σκούφους) | 5.192 |
| 6210' | Ενδύματα από πύλημα ή από ύφασμα μη υφασμένο, έστω και εμποτισμένα, επιχρισμένα, επικαλυμμένα ή με απανωτές στρώσεις, καθώς και ενδύματα από υφάσματα, άλλα από πλεκτά, συνδυασμένα με καουτσούκ ή εμποτισμένα, επιχρισμένα ή επικαλυμμένα με πλαστική ύλη | 153.543 |
| 6211' | Φόρμες αθλητικές (προπόνησης), κουστούμια και σύνολα του σκι, μαγιό και σλιπ μπάνιου καθώς και άλλα ενδύματα, π.δ.κ.α. (εκτός των πλεκτών) | 51.332 |
| 6212' | Στηθόδεσμοι, ζώνες-κορσέδες, κορσέδες, τιράντες, καλτσοδέτες, ζαρτιέρες και παρόμοια είδη, καθώς και μέρη αυτών, από υφαντουργικά προϊόντα υλών παντός τύπου, έστω και ελαστικά, ό. συμπ. τα πλεκτά (εκτός από ζώνες και λαστέξ εξ ολοκλήρου από καουτσούκ | 51.689 |
| 6213' | Μαντίλια και μαντιλάκια τσέπης, με μήκος πλευράς <= 60 cm (εκτός των πλεκτών) | 171 |
| 6214' | Σάλια, εσάρπες, φουλάρια, κασκόλ, μαντιήλες, βέλα και παρόμοια είδη (εκτός των πλεκτών) | 3.907 |
| 6215' | Γραβάτες, φιόγκοι (π.χ. παπιγιόν) και φουλάρια-γραβάτες, από υφαντικές ύλες (εκτός των πλεκτών) | 702 |
| 6216' | Γάντια με δάκτυλα, γάντια χωρίς ακροδάκτυλα και γάντια χωρίς δάκτυλα (μονοκόμματα), παντός τύπου υφαντικού υλικού (εκτός των πλεκτών ή βροχιδιωτών, καθώς και εκτός από γάντια για μικρά παιδιά) | 11.954 |
| 6217' | Συμπληρώματα του ενδύματος, έτοιμα και μέρη ενδυμάτων ή συμπληρωμάτων του ενδύματος, από υφαντουργικά προϊόντα παντός τύπου, π.δ.κ.α. (εκτός των πλεκτών) | 3.036 |

(Στοιχεία ΕΛΣΤΑΤ)

Αντιστοίχως, οι εξαγωγές μας αποτυπώνονται στον κάτωθι πίνακα:

| 4ψήφια δασμολογική κλάση | | Αξία σε ευρώ |
|--------------------------|--|--------------|
| 6101' | Παλτά (ό. συμπ. και τα κοντά παλτά), κάπες, άνορακ, αντανεμικά, μπουφάν και παρόμοια είδη, πλεκτά, για άνδρες ή αγόρια (εκτός από κουστούμια, σύνολα, σακάκια blazers και παντελόνια) | 365.421 |
| 6102' | Παλτά (ό. συμπ. και τα κοντά παλτά), κάπες, άνορακ, αντανεμικά, μπουφάν και παρόμοια είδη, πλεκτά, για γυναίκες ή κορίτσια (εκτός από κουστούμια-ταγιέρ, σύνολα, ζακέτες blazers, φορέματα, φούστες, φούστες-παντελόνια ζιπ-κιλότ και παντελόνια) | 366.407 |
| 6103' | Κουστούμια, σύνολα, σακάκια, παντελόνια μακριά (ό. συμπ. και τα παντελόνια μέχρι το γόνατο καθώς και παρόμοια παντελόνια), φόρμες με τιράντες (σαλοπέτ) και παντελόνια κοντά (σορτς), πλεκτά, για άντρες ή αγόρια (εκτός από αντανεμικά και παρόμοια είδη) | 850.780 |
| 6104' | Κουστούμια-ταγιέρ, σύνολα,ζακέτες, φορέματα, φούστες, φούστες-παντελόνια (ζιπ- κιλότ), παντελόνια μακριά (ό. συμπ. τα παντελόνια μέχρι το γόνατο και παρόμοια παντελόνια), φόρμες με τιράντες (σαλοπέτ) και παντελόνια κοντά (σορτς), πλεκτά, για γυναίκες | 1.598.928 |
| 6105' | Πουκάμισα πλεκτά, για άντρες ή αγόρια (εκτός από νυχτικά, τι-σερτ και φανελάκια) | 94.920 |
| 6106' | Μπλούζες και μπλούζες-πουκάμισα σεμιζιέ, πλεκτές, για γυναίκες ή κορίτσια (εκτός από τι-σερτ και φανελάκια) | 497.773 |
| 6107' | Σλιπ και άλλα σώβρακα, νυχτικά, πιτζάμες, ρόμπες και σακάκια μπάνιου, ρόμπες δωματίου και παρόμοια είδη, πλεκτά, για άντρες ή αγόρια (εκτός από φανελάκια) | 571.434 |
| 6108' | Κομπινεζόν ή μεσοφόρια, μισά μεσοφόρια, σλιπ και άλλες κιλότες, νυχτικά, πιτζάμες, ελαφρές ρόμπες για το σπίτι (νεγκλιζέ), ρόμπες και σακάκια μπάνιου, ρόμπες δωματίου και παρόμοια είδη, πλεκτά, για γυναίκες ή κορίτσια (εκτός από τι-σερτ, φανελάκια, σ | 1.149.046 |
| 6109' | Τι-σερτ και φανελάκια, πλεκτά | 4.584.951 |
| 6110' | Πουλόβερ, πλεκτές ζακέτες, γιλέκα και παρόμοια είδη (ό. συμπ. τα σου-πουλ), πλεκτά (εκτός των παραγεμισμένων γιλέκων) | 1.073.941 |
| 6111' | Ενδύματα και συμπληρώματα ένδυσης, πλεκτά, για βρέφη (εκτός από σκούφους) | 303.121 |
| 6112' | Φόρμες αθλητικές (προπόνησης), κουστούμια και σύνολα του σκι, μαγιό, κιλότες και σλιπ μπάνιου, πλεκτά | 1.413.762 |
| 6113' | Ενδύματα κατασκευασμένα από πλεκτά υφάσματα, είτε συνδυασμένα με καουτσούκ είτε εμποτισμένα, επιχρισμένα ή επικαλυμμένα με πλαστική ύλη ή άλλα υλικά (εκτός των ενδυμάτων για βρέφη, καθώς και των συμπληρωμάτων του ενδύματος) | 1.904 |
| 6114' | Ειδικά ενδύματα για επαγγελματικές, αθλητικές ή άλλες χρήσεις, π.δ.κ.α., από πλεκτά υφάσματα | 142.498 |
| 6115' | Κολάν (κάλτσες-κιλότες), κάλτσες, μισές κάλτσες, καλτσάκια (σοσόνια) και άλλα παρόμοια είδη (ό. συμπ. οι κάλτσες φλεβίτιδας), από πλεκτό ύφασμα (εκτός εκείνων που προορίζονται για βρέφη) | 440.159 |
| 6116' | Γάντια με δάκτυλα, γάντια χωρίς ακροδάκτυλα και γάντια χωρίς δάκτυλα (μονοκόμματα), πλεκτά ή βροχιδιωτά (εκτός εκείνων που προορίζονται για μικρά παιδιά) | 60.279 |

| | | |
|-------|--|-----------|
| 6117' | Συμπληρώματα του ενδύματος, έτοιμα, από πλεκτό ύφασμα, καθώς και μέρη ενδυμάτων ή συμπληρωμάτων του ενδύματος, από πλεκτό ύφασμα, π.δ.κ.α. | 26.159 |
| 6201' | Παλτά (ό. συμπ. τα κοντά παλτά), κάπες, άνορακ, αντανεμικά, μπουφάν και παρόμοια είδη, για άντρες ή αγόρια (εκτός των πλεκτών, καθώς και εκτός από κουστούμια, σύνολα, σακάκια blazers και παντελόνια) | 751.038 |
| 6202' | Παλτά (ό. συμπ. τα κοντά παλτά), κάπες, άνορακ, αντανεμικά, μπουφάν και παρόμοια είδη, για γυναίκες ή κορίτσια (εκτός των πλεκτών, καθώς και εκτός από κουστούμια- ταγιέρ, σύνολα, ζακέτες blazers και παντελόνια) | 955.312 |
| 6203' | Κουστούμια, σύνολα, σακάκια, παντελόνια μακριά (ό. συμπ. τα παντελόνια μέχρι το γόνατο και παρόμοια παντελόνια), φόρμες με τιράντες (σαλοπέτ) και παντελόνια κοντά (σορτζ), για άντρες ή αγόρια (εκτός των πλεκτών, καθώς και εκτός από αντανεμικά και πα | 709.581 |
| 6204' | Κουστούμια-ταγιέρ, σύνολα, ζακέτες, φορέματα, φούστες, φούστες-παντελόνια (ζιπ- κιλότ), παντελόνια μακριά (ό. συμπ. τα παντελόνια μέχρι το γόνατο και παρόμοια παντελόνια), φόρμες με τιράντες (σαλοπέτ) και παντελόνια κοντά (σορτζ), για γυναίκες ή κορίτσια | 3.008.828 |
| 6205' | Πουκάμισα για άντρες ή αγόρια (εκτός των πλεκτών, καθώς και εκτός από νυχτικά και φανελάκια) | 225.582 |
| 6206' | Μπλούζες και μπλούζες-πουκάμισα σεμιζέ, για γυναίκες ή κορίτσια (εκτός των πλεκτών, καθώς και εκτός από φανελάκια) | 1.071.779 |
| 6207' | Φανελάκια, σλιπ και άλλα σώβρακα, νυχτικά, πιτζάμες, ρόμπες και σακάκια μπάνιου, ρόμπες δωματίου και παρόμοια είδη, για άντρες ή αγόρια (εκτός των πλεκτών) | 54.807 |
| 6208' | Φανελάκια, κομπινιζόν ή μεσοφόρια, μισά μεσοφόρια, σλιπ και άλλες κιλότες, νυχτικά, πιτζάμες, ελαφρές ρόμπες για το σπίτι (νεγκλιζέ), ρόμπες και σακάκια μπάνιου, ρόμπες δωματίου και παρόμοια είδη, για γυναίκες ή κορίτσια (εκτός των πλεκτών | 28.372 |
| 6209' | Ενδύματα και συμπληρώματα του ενδύματος, από υφαντουργικά προϊόντα παντός τύπου, για βρέφη (εκτός των πλεκτών, καθώς και εκτός από σκούφους) | 42.928 |
| 6210' | Ενδύματα από πύλημα ή από ύφασμα μη υφασμένο, έστω και εμποτισμένα, επιχρισμένα, επικαλυμμένα ή με απανωτές στρώσεις, καθώς και ενδύματα από υφάσματα, άλλα από πλεκτά, συνδυασμένα με καουτσούκ ή εμποτισμένα, επιχρισμένα ή επικαλυμμένα με πλαστική ύλη | 793.180 |
| 6211' | Φόρμες αθλητικές (προπόνησης), κουστούμια και σύνολα του σκι, μαγιό και σλιπ μπάνιου καθώς και άλλα ενδύματα, π.δ.κ.α. (εκτός των πλεκτών) | 113.539 |
| 6212' | Στηθόδεσμοι, ζώνες-κορσέδες, κορσέδες, τιράντες, καλτσοδέτες, ζαρτιέρες και παρόμοια είδη, καθώς και μέρη αυτών, από υφαντουργικά προϊόντα υλών παντός τύπου, έστω και ελαστικά, ό. συμπ. τα πλεκτά (εκτός από ζώνες και λαστέξ εξ ολοκλήρου από καουτσούκ | 170.305 |
| 6213' | Μαντίλια και μαντιλάκια τσέπης, με μήκος πλευράς <= 60 cm (εκτός των πλεκτών) | 1.366 |
| 6214' | Σάλια, εσάρπες, φουλάρια, κασκόλ, μαντήλες, βέλα και παρόμοια είδη (εκτός των πλεκτών) | 60.365 |
| 6215' | Γραβάτες, φιδόγκοι (π.χ. παπιγιόν) και φουλάρια-γραβάτες, από υφαντικές ύλες (εκτός των πλεκτών) | 42 |
| 6216' | Γάντια με δάκτυλα, γάντια χωρίς ακροδάκτυλα και γάντια χωρίς δάκτυλα (μονοκόμματα), παντός τύπου υφαντικού υλικού (εκτός των πλεκτών ή βροχιδωτών, καθώς και εκτός από γάντια για μικρά παιδιά) | 90.273 |
| 6217' | Συμπληρώματα του ενδύματος, έτοιμα και μέρη ενδυμάτων ή συμπληρωμάτων του ενδύματος, από υφαντουργικά προϊόντα παντός τύπου, π.δ.κ.α. (εκτός των πλεκτών) | 6.572 |

(Στοιχεία ΕΛΣΤΑΤ)

Και στο υπόδημα το ισοζύγιο είναι υπέρ της Ελλάδος, με τις σχετικές εξαγωγές να έχουν ανέλθει σε 14.979.11 ευρώ το 2019 και τις αντίστοιχες εισαγωγές να αγγίζουν το 2.015.268 ευρώ.

Στους πίνακες που ακολουθούν αποτυπώνεται το διμερές εμπόριο υποδημάτων το 2017 ανά 4ψήφια δασμολογική κλάση:

| ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ | | ΑΞΙΑ (σε ευρώ) |
|-----------|---|----------------|
| 6401' | Υποδήματα αδιάβροχα που έχουν τα εξωτερικά πέλματα και το άνω μέρος από καουτσούκ ή από πλαστική ύλη, στα οποία το άνω μέρος δεν είναι ούτε ενωμένο με το εξωτερικό πέλημα με ραφή, καρφιά, βίδες, θηλυκωτήρια ή παρόμοιες διατάξεις, ούτε φτιαγμένο από δι | 64.239 |
| 6402' | Υποδήματα που έχουν τα εξωτερικά πέλματα και το άνω μέρος από καουτσούκ ή από πλαστική ύλη (εκτός από τα αδιάβροχα υποδήματα της κλάσης 6401, ορθοπεδικά υποδήματα, υποδήματα | 735.652 |

| | | |
|-------|--|---------|
| | στα οποία προσαρμόζονται παγοπέδιλα ή τροχοπέδιλα και υποδήματα που έχουν χα | |
| 6403' | Υποδήματα που έχουν τα εξωτερικά πέλματα από καουτσούκ, πλαστική ύλη, δέρμα φυσικό ή ανασχηματισμένο και το άνω μέρος από δέρμα φυσικό (εκτός από ορθοπεδικά υποδήματα, υποδήματα στα οποία προσαρμόζονται παγοπέδιλα ή τροχοπέδιλα και υποδήματα που έχου | 568.710 |
| 6404' | Υποδήματα που έχουν τα εξωτερικά πέλματα από καουτσούκ, πλαστική ύλη ή δέρμα φυσικό ή ανασχηματισμένο και το άνω μέρος από υφαντικές ύλες (εκτός των υποδημάτων που έχουν το χαρακτήρα παιχνιδιών) | 655.270 |
| 6405' | Υποδήματα που έχουν τα εξωτερικά πέλματα από καουτσούκ ή πλαστική ύλη και το άνω μέρος από συστατικές ύλες άλλες από καουτσούκ, πλαστική ύλη, φυσικό δέρμα ή υφαντικές ύλες. Υποδήματα που έχουν τα εξωτερικά πέλματα από δέρμα φυσικό ή ανασχηματισμένο κ | 51.343 |
| 6406' | Μέρη υποδημάτων (ό. συμπ. τα άνω τμήματα έστω και προσαρμοσμένα σε πέλματα, αλλά όχι σε εξωτερικά πέλματα). Εσωτερικά κινητά πέλματα, υποφτέρνια και παρόμοια κινητά είδη. Γκέτες και παρόμοια είδη, καθώς και μέρη αυτών (εκτός των ειδών από αμίαντο) | 4.293 |

| ΕΞΑΓΩΓΕΣ | | Αξία σε ευρώ |
|----------|--|--------------|
| 6401' | Υποδήματα αδιάβροχα που έχουν τα εξωτερικά πέλματα και το άνω μέρος από καουτσούκ ή από πλαστική ύλη, στα οποία το άνω μέρος δεν είναι ούτε ενωμένο με το εξωτερικό πέλμα με ραφή, καρφιά, βίδες, θηλυκωτήρια ή παρόμοιες διατάξεις, ούτε φτιαγμένο από δι | 62.564 |
| 6402' | Υποδήματα που έχουν τα εξωτερικά πέλματα και το άνω μέρος από καουτσούκ ή από πλαστική ύλη (εκτός από τα αδιάβροχα υποδήματα της κλάσης 6401, ορθοπεδικά υποδήματα, υποδήματα στα οποία προσαρμόζονται παγοπέδιλα ή τροχοπέδιλα και υποδήματα που έχουν χα | 2.619.289 |
| 6403' | Υποδήματα που έχουν τα εξωτερικά πέλματα από καουτσούκ, πλαστική ύλη, δέρμα φυσικό ή ανασχηματισμένο και το άνω μέρος από δέρμα φυσικό (εκτός από ορθοπεδικά υποδήματα, υποδήματα στα οποία προσαρμόζονται παγοπέδιλα ή τροχοπέδιλα και υποδήματα που έχου | 3.801.941 |
| 6404' | Υποδήματα που έχουν τα εξωτερικά πέλματα από καουτσούκ, πλαστική ύλη ή δέρμα φυσικό ή ανασχηματισμένο και το άνω μέρος από υφαντικές ύλες (εκτός των υποδημάτων που έχουν το χαρακτήρα παιχνιδιών) | 7.300.082 |
| 6405' | Υποδήματα που έχουν τα εξωτερικά πέλματα από καουτσούκ ή πλαστική ύλη και το άνω μέρος από συστατικές ύλες άλλες από καουτσούκ, πλαστική ύλη, φυσικό δέρμα ή υφαντικές ύλες. Υποδήματα που έχουν τα εξωτερικά πέλματα από δέρμα φυσικό ή ανασχηματισμένο | 1.192.320 |
| 6406' | Μέρη υποδημάτων (ό. συμπ. τα άνω τμήματα έστω και προσαρμοσμένα σε πέλματα, αλλά όχι σε εξωτερικά πέλματα). Εσωτερικά κινητά πέλματα, υποφτέρνια και παρόμοια κινητά είδη. Γκέτες και παρόμοια είδη, καθώς και μέρη αυτών (εκτός των ειδών από αμίαντο) | 2.915 |

(Στοιχεία ΕΛΣΤΑΤ)

Ε. Ανταγωνισμός

Τα εμπορικά κέντρα της Ρουμανίας κατακλύζονται από προϊόντα ένδυσης και υπόδησης που προέρχονται από διάφορες χώρες (κυρίως Ιταλία, ΗΠΑ, Ισπανία, Γερμανία Τουρκία, Ελλάδα, και Αυστρία) και απευθύνονται σε διάφορα εισοδηματικά στρώματα. Το κυριότερο μερίδιο αγοράς στα ενδύματα κατέχει η σουηδικών συμφερόντων H&M (760.5 εκατ. Ron, 165 εκατ. ευρώ), ο όμιλος Inditex (Zara, Bershka, Pull & Bear, Stradivarius, Oysho, Massimo Dutti, Zara Home) και ακολουθούν οι Kenvelo, , C&A, Takko Fashion, New Yorker, Deichmann, Orasay, Mango, Parfois, Desigual, LC Waikiki, Koton, BSB, New Look, Camaieu, Pimkie. Το μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς στα αθλητικά κατέχουν οι Nike, Adidas και Puma.

Από τις ξένες επενδύσεις στον τομέα ενδυμάτων και υποδημάτων οι περισσότερες επιχειρήσεις προέρχονται κατά από την Κίνα (1.957), την Ιταλία (793) και την Τουρκία (585). Από άποψη κύκλου εργασιών οι ιταλικές εταιρείες καταλαμβάνουν την πρώτη θέση με 2,12 δισ. Ron (400 εκατ. ευρώ).

Οι κυριότεροι παραγωγοί ενδυμάτων και προϊόντων μόδας στη Ρουμανία είναι η Alison Hayes SRL με κύκλο εργασιών 337,1 εκατ. Ron (73,5 εκατ.ευρώ), ακολουθούμενη από την Formens SRL με 245,2 εκατ. Ron (53,2 εκατ.ευρώ), την Pandora Prod SRL, με 198,1 εκατ Ron (43,26 εκατ.ευρώ), την Oztasar SRL με 156,6 εκατ. Ron (33,9 εκατ.ευρώ) και την Artifex srl με 146,5 εκατ. Ron (39,9 εκατ.ευρώ).

Σημαντική είναι και η ελληνική παρουσία στη ρουμανική αγορά, με πιο αναγνωρίσιμες εταιρίες την BSB με 20 καταστήματα (κυρίως σε εμπορικά κέντρα), την Premium και Shoe Art (Ιωάννου) την NOTOS, την Shark του ομίλου Σαράντη, τον Όμιλο Koutsolioutsos και άλλες μικρότερες εταιρείες.

ΣΤ. Θεσμικό πλαίσιο

Για την ίδρυση εταιρίας ή υποκαταστήματος στη Ρουμανία επισημαίνονται τα ακόλουθα:

➤ Ίδρυση εταιρείας στην Ρουμανία

Η ίδρυση εταιρείας στην Ρουμανία αποτελεί την πλέον προχωρημένη μορφή προώθησης προϊόντων στην αγορά, αφού προβλέπει ολοκληρωμένο έλεγχο στον τομέα της διαδικασίας πωλήσεων, από την εισαγωγή μέχρι τις τελικές πωλήσεις.

➤ Ίδρυση Γραφείου Αντιπροσωπείας

Το πλεονέκτημα της ίδρυσης Γραφείου Αντιπροσωπείας για τις ξένες εταιρείες είναι η στενότερη συνεργασία με τους τελικούς καταναλωτές και ο καλύτερος έλεγχος της προώθησης και διανομής των προϊόντων τους. Παρόλα αυτά, **τα Γραφεία Αντιπροσωπείας δεν δύνανται να εκτελέσουν εμπορικές δραστηριότητες οιασδήποτε μορφής** (πωλήσεις, άνοιγμα τραπεζικών εμπορικών λογαριασμών, παραγωγή προϊόντων ή προσφορά υπηρεσιών), σύμφωνα με την ρουμανική νομοθεσία. Λειτουργούν ως μεσολαβητές ανάμεσα στην μητρική εταιρεία και στους εμπορικούς εταίρους αυτής, προβαίνοντας συνήθως σε διαφημιστικές ενέργειες και πράξεις προβολής της μητρικής εταιρείας. Το δίκτυο διανομής και αντιπροσώπων αναλαμβάνει το έργο των πωλήσεων. Η είσοδος στην αγορά με αυτή την μορφή ενδυναμώνει τον έλεγχο του ξένου παραγωγού/εξαγωγέα στην διαδικασία διανομής και μειώνει την πιθανότητα αποτυχίας στην αγορά.

Αναφορικά με το φορολογικό καθεστώς, σημειώνουμε τα ακόλουθα: Τα κοινοτικής προελεύσεως προϊόντα, που ταυτοποιούνται από τον ενιαίο φορολογικό αριθμό VIES και το ενιαίο τελωνειακό έγγραφο, δεν επιβαρύνονται με τελωνειακούς δασμούς ούτε με ΦΠΑ εισαγωγής.

Z. Συμπεράσματα - Προοπτικές ελληνικών επιχειρήσεων

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται αύξηση της κατανάλωσης ειδών μόδας στη Ρουμανία, γεγονός που δημιουργεί σχετικά ευνοϊκές προοπτικές για είσοδο των ελληνικών εταιριών στη Ρουμανική αγορά. Για λόγους που έχουμε ήδη αναλύσει, η παραγωγή των ως άνω προϊόντων δεν έχει ιδιαίτερα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα. Αντιθέτως, για τη

διάθεση ετοιμών ενδυμάτων εντοπίζονται ευκαιρίες, οι οποίες μπορούν υπό προϋποθέσεις να αξιοποιηθούν από ελληνικές επιχειρήσεις.

Παραθέτουμε ορισμένες πρακτικές πληροφορίες, προκειμένου να αποδοθεί η καλύτερη δυνατή εικόνα των προοπτικών των δυνάμει εισερχομένων επιχειρήσεων στην αγορά και να αποφευχθούν λάθη.

- Τα χαμηλού κόστους ενδύματα και υποδήματα δεν έχουν τύχη σε μία αγορά που κατακλύζεται από τουρκικά και κινεζικά προϊόντα. Η στόχευση θα πρέπει να είναι μεσαίου και υψηλού εισοδηματικού επιπέδου κοινωνικά στρώματα.
- Σε μία ιδιαίτερα ανταγωνιστική, λόγω της ύπαρξης μεγάλων ξένων εταιριών με αναγνωρίσιμο σήμα, αγορά, σημαντική είναι η καθιέρωση επώνυμων ελληνικών προϊόντων που να μπορούν να συνδεθούν με υψηλή ποιότητα, συγκεκριμένα χαρακτηριστικά ή προστιθέμενη αξία.
- Ιδιαίτερης σημασίας ως προς το παραπάνω είναι η συστηματική προβολή, είτε τηλεοπτική είτε μέσω των δημοφιλών fashion blogs της χώρας των προς διάθεση προϊόντων, ώστε να προσελκύσουν το ενδιαφέρον των καταναλωτών.
- Μεγαλύτερα και αμεσότερα αποτελέσματα θα προκύψουν από την απ' ευθείας διάθεση προϊόντων σε κατάσταση που να φέρει την επωνυμία της εταιρίας παρά σε ένα κατάστημα με ρουμανική επωνυμία που απλώς θα φιλοξενεί το προϊόν. Δεν λειτουργεί στη Ρουμανία το σύστημα διανομής "εισαγωγέας-χονδρέμπορος- λιανοπωλητής". Ενδείκνυται η ύπαρξη ολοκληρωμένης δομής διάθεσης επιτόπου.
- Δεδομένης της προτίμησης των Ρουμάνων για αγορές on line, ενδείκνυται η δημιουργία e-shops με την επωνυμία των προς διάθεση προϊόντων
- Η επιλογή ενός από τα μεγάλα εμπορικά κέντρα της χώρας με μεγάλη επισκεψιμότητα εξασφαλίζει περισσότερες πιθανότητες προβολής των νεοεισερχόμενων προϊόντων στη Ρουμανική αγορά (βλ. Παράρτημα, όπου παρατίθενται στοιχεία επικοινωνίας των μεγαλύτερων εμπορικών κέντρων της χώρας).
- Ένας ειδικότερος τομέας που παρουσιάζει προοπτική στη Ρουμανία είναι αυτός της γούνας, καθώς, λόγω των κλιματολογικών συνθηκών στη χώρα, είναι από τα ενδύματα που παραδοσιακά προτιμώνται. Οι Ρουμάνοι καταναλωτές γνωρίζουν την ελληνική γούνα και την ποιότητά της, τόσο από συμμετοχές Ελλήνων γουνοποιών στη MODEXPO και σε επιδείξεις μόδας, όσο και από αποσπασματικά διατιθέμενα κομμάτια σε ρουμανικά εμπορικά καταστήματα. Μια πιο συστηματική εκστρατεία και, κυρίως, η ύπαρξη ενός επώνυμου ελληνικού καταστήματος θα συνέβαλε σημαντικά στην προώθηση του προϊόντος στην αγορά. Αναφορικά με την οικολογική γούνα, αν και δεν είναι τόσο δημοφιλής όσο στην Κεντρική Ευρώπη, ωστόσο λόγω χαμηλού κόστους αλλά και της σχετικής περιβαλλοντικής εκστρατείας που έχει αρχίσει να επηρεάζει ορισμένους νεότερης ηλικίας Ρουμάνους, ενδεχομένως να υπάρχουν κάποιες προοπτικές στη ρουμανική αγορά.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι.

Μεγάλα εμπορικά κέντρα στο Βουκουρέστι

1. UNIREA Shopping Center

Address: Piata Unirii nr.1, Sector 3, Bucharest Tel.: (+4) 021 30 30 208

E-mail: office@unireashop.ro Website: www.unireashop.ro

2. Baneasa Shopping City (2008)

Address: Sos. Bucuresti-Ploiesti nr. 42D, sector 1, Bucharest

Tel.: (+4) 021 306 55 05 Fax: (+4) 021 306 06 58

E-mail: office@baneasashoppingcity.ro Website: www.baneasashoppingcity.ro

3. AFI Palace Cotroceni (2009)

Address: Str. Vasile Milea nr.4, Sector 6, Bucharest

Tel.: (+4) 031 425 75 10 Fax: (+4) 031 425 75 13

E-mail: office@aficotroceni.ro Website: www.aficotroceni.ro

4. București Mall (1999)

Address: Calea Vitan, Bucharest

Tel.: (+4) 021 327 67 00 Fax: (+4) 021 320 92 09

E-mail: office@anchorgrup.ro Website: www.bucurestimall.com.ro

5. Sun Plaza (2010)

Address: Calea Vacaresti nr.391, Sector 4, Bucharest

E-mail: contact@sunplaza.ro Website: www.sunplaza.ro

6. Promenada (2013)

Address: Calea Floreasca nr.246B, Sector 1, Bucharest

Tel.: (+4) 0730 246 246 / 021 794 72 13

E-mail: romania@raiffeisenevolution.com Website: <http://new.promenada.ro/#>

7. Mega Mall (2015)

Address: Pierre de Coubertin nr.3-5, Sector 2, Bucharest

Tel.: (+4) 0757 055 727

E-mail: info@megamallbucuresti.ro Website: <http://megamallbucuresti.ro>

8. Park Lake (2016)

Address: ParkLake, 4 Liviu Rebreanu Street, Bucharest

Tel.: (+4) 0757 353 014

E-mail: contact@parklake.ro Website: www.parklake.ro

9. Plaza Romania (2004)

Address: Bd. Timisoara nr.26Z, Sector 6, Bucharest

Tel.: (+4) 021 407 84 75 Fax: (+4) 021 319 50 51

E-mail: office@anchorgrup.ro Website: www.plazaromania.ro

10. Veranda Mall (2016)

Address: Strada Ziduri Mosi, nr. 23, Bucuresti

Tel.: (+4) 0799 199 487

E-mail: office@verandamall.ro

Website: www.verandamall.ro

11. COCOR (2008)

Address: Bd. I.C. Bratianu, Nr. 29-33, Sector 3, Bucharest

Tel.: (+4) 021 31 31 403 Fax: (+4) 021 319 848

E-mail: retail@cocor.ro

Website: www.cocor.ro

12. Jolie Ville

Address: Str. Erou Iancu Nicolae nr.103bis

Website: www.jolieville.ro

13. IDM (1994)

Address: Sos. Orhideelor 31-33 / Calea Giulesti, Nr. 2

Tel.: (+4) 021 316 87 00 Fax: (+4) 021 316 87 01

Website: www.idmbasarab.ro

14. Colosseum Retail Park (2007)

Address: Soseaua Chitilei, nr. 284, sector 1

Website: www.thecolosseum.ro

15. Fashion House Outlet Center (2008)

Address: West Park Militari, intrarea pe A1, km. 13

Website: www.fashionhouse.ro

16. Vitantis Shopping Center (2008)

Address: Şoseaua Vitan-Bârzeşti, Nr. 7A

Website: www.vitantis.ro

17. Dragonul Rosu Mega Shop (2003)

Address: [Str. Dragonul Rosu nr. 1-10, com. Dobroesti, sat Fundeni, Jud. Ilfov](#)

Website: www.dragonulrosu.ro

Μεγάλα εμπορικά κέντρα στην υπόλοιπη χώρα

IULIUS MALL Cluj / Iasi / Suceava / Timisoara iuliusmall.com

VIVO SHOPPING Constanta / Cluj vivo-shopping.com/ro

PLOIESTI SHOPPING CITY ploiestishoppingcity.ro

AFI PLOIESTI www.afi-ploiesti.ro

SHOPPING CITY Timisoara www.shoppingcitytm.ro

SHOPPING CITY Suceava www.shoppingcitysuceava.ro

SHOPPING CITY Sibiu www.shoppingcitysibiu.ro

Πηγές

KeysFin Annual Report on Fashion Sector in Romania, 2017

INS, Romania Institute of Statistics

Eurostat

ΕΛΣΤΑΤ

AT Kearney Study 2009

FRD Center Energy Services Romanian Report 2012